

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Работа по курсу «Теории массовых коммуникаций»

**Особенности размещения аудиоконтента на сайте
радиостанции «Эхо Москвы» в сравнении с интернет-
радио «Радио Свобода»**

Студентка 5 курса д/о 514 гр.

Беляева Анастасия

Москва 2014

Особенности размещения аудио контента на сайте «Эха Москвы» в сравнении с интернет-радио «Радио Свобода»

В данной работе будет проанализировано, каким образом на сайте радиостанции «Эхо Москвы» представлен аудиоматериал, и какие дополнительные возможности открывает посещение сайта для аудитории радиостанции. На примере «Эха Москвы» мы сравним способ общения с аудиторией радиостанции, которая вещает в FM-диапазоне, и радиостанции, которая вещает в интернете. В качестве примера интернет-СМИ нами было выбрано «Радио Свобода».

Особенности размещения контента на сайте «Эха Москвы»

Сайт радиостанции «Эхо Москвы», фактически, представляет собой отдельное СМИ. Его посетитель может найти большое количество контента, не относящегося непосредственно к эфиру. Для сравнения возьмем сайт разговорной радиостанции, которая также вещает в FM-диапазоне, - «Говорит Москва». Всё, что представлено на главной странице, так или иначе связано с эфиром. Здесь предлагаются различные возможности обратной связи: звонок в эфир, смс, твит. Открыв сайт, можно сразу увидеть, какая передача в эфире, прослушать ее, посмотреть видео-трансляцию. Ссылки «Программы и ведущие» и «Сетка вещания» находятся прямо перед глазами. Элементов на сайте не много. В основном, это программа вещания, главные новости и интервью. Таким образом, посетителю сайта сразу становится понятно, что это станция, которая имеет FM-частоту. Передачи, которые находятся в архиве, можно прослушать, однако отсутствуют расшифровки. Информация о гостях минимальная.

На сайте «Эха Москвы» значительно больше элементов. Сюда заходят не столько ради того, чтобы изучить сетку вещания, сколько чтобы узнать последние новости и почитать блоги. Здесь, также как и в предыдущем

случае, можно посмотреть, какая передача в эфире, прослушать ее, задать вопрос гостю. Однако на переднем плане находятся аналитические статьи, мнения, обновления блогов. Упор сделан именно на аналитику. Другими словами, огромное количество контента, который находится на сайте, не имеет прямого отношения к эфиру радиостанции.

Архивный аудио контент на сайте можно найти разными способами. Допустим, мы ищем подкаст программы «Особое мнение» за определенное число. Передачу можно найти в сетке вещания и перейти к архиву. Также ее можно найти в графе «Передачи», где сразу предлагается выбрать из семи наиболее популярных. Кроме того, посетитель может найти интересующую его передачу по имени гостя. Особенно легко это сделать, если гость входит в «Топ-7 гостей».

В «Топ-7 передач» можно увидеть наиболее популярные интервью с фото и именами гостей. Для того, чтобы посетителю сайта было легче определиться, какая передача его интересует, каждое интервью сопровождается яркой цитатой гостя. На сайте можно ознакомиться с полной расшифровкой беседы и посмотреть видеoversию. Кроме того, посетитель может перейти по ссылке на блог гостя и посмотреть, на протяжении какого времени тот или иной эксперт ведет блог на сайте радиостанции.

Таким образом, у посетителя сайта есть достаточное количество возможностей ознакомиться с теми позициями, которых придерживается гость радиостанции по тем или иным вопросам. Даже если человек не слушает эфир «Эха Москвы», а только периодически заходит на сайт, он может понять, какую информационную политику ведет радиостанция.

На сайте также присутствует информация о каждой передаче в отдельности: в каком формате она существует, с какого времени выходит в эфир, какие журналисты ее представляют. При этом, информация о журналистах сопровождается фото, чтобы аудитория могла визуально

представить сотрудников радиостанции. Благодаря краткой информации и фото-материалу, у посетителей сайта формируются образы как гостей станции, так и ведущих.

Если открыть сетку вещания, то можно увидеть, что практически весь эфир радиостанции можно прослушать в подкастах.

Особенности размещения контента на сайте «Радио Свобода»

В качестве примера интернет-радио для анализа нами была выбрана станция «Радио Свобода». На ее сайте, также как и на сайте «Эха Москвы», присутствует большое количество элементов. Однако здесь гораздо больше фото-материала, который иллюстрирует новости. На сайте «Эха Москвы» фотографии, в основном, сопровождают мнения экспертов. Кроме того, на сайте «Радио Свобода» в одном материале могут быть совмещены аудио-, фото- и текстовая информация. На наш взгляд, такое совмещение характерно для большинства СМИ, которые существуют в интернете.

Информация на сайте «Радио Свобода» дифференцирована по темам: культура, экономика, наука, спорт и так далее. Подобное разделение можно встретить на сайтах информационных агентств. На сайте «Эха Москвы» предлагается классифицировать контент по жанровому признаку: опросы, блоги, передачи, интервью. На сайте «Радио Свобода» также можно найти видео репортажного характера, чего нет на сайте «Эха Москвы». Также на сайте «Радио Свобода» можно прослушать последний выпуск новостей, в отличие от «Эха Москвы», где новости можно слушать только в режиме онлайн.

Вообще, видеоконтент существует на «Радио Свобода» наряду с аудиоконтентом. В архивах можно найти получасовые аналитические передачи в формате видео. Это не характерно для радиостанций, которые вещают в FM-диапазоне. Такая особенность еще раз подчеркивает, что интернет-СМИ интегрируют различные способы представления информации.

В начале работы мы говорили о том, что сайт «Эха Москвы» тоже можно считать в некотором роде интернет-СМИ, однако по количеству и разнообразию видеоконтента он явно проигрывает «Радио Свобода».

Сходства и отличия в оформлении аудио- и другого контента на сайте «Эха Москвы» и сайте «Радио Свобода»

Аудиоматериалы представлены на сайте «Эха Москвы» таким образом, что первое, на что обращает внимание посетитель, - это личность гостя/эксперта, участвующего в той или иной передаче. Таким образом, постоянные слушатели/посетители сайта имеют сложившееся представление о том, какого рода общественные деятели/писатели приглашаются в эфир. Тем более, существует определенный ряд персон, которые становятся гостями «Эха Москвы» достаточно часто. У станции сформировался определенный имидж, «лицо», которое во многом зависит от личностей тех экспертов, которые приглашаются в эфир. Поэтому фотография и цитата сопровождает любое аудио интервью, которое появляется на сайте «Эха Москвы».

Сопровождение подкастов на сайте «Радио Свобода» совершенно другое. Здесь внимание посетителя акцентируется на форме передачи и ее тематике. «Радио Свобода» старается привлечь слушателей тем, что не проходит мимо важных новостей, публикует только проверенную информацию, предлагает неожиданные мнения. Для «Эха Москвы» все перечисленные позиции – это нечто само собой разумеющееся. Они уже доказали своей аудитории, что являются качественным СМИ, и теперь просто остаются верными своей репутации.

Очевидно, что у радиостанции, обладающей определенной FM-частотой, аудитория шире, чем у радиостанции, которая вещает в интернете. И, несмотря на то, что и первая, и вторая стремятся привлечь, либо удержать слушателей, интернет-радио приходится прилагать значительно больше

усилий, чтобы конкурировать среди других интернет-СМИ, которых огромное количество.

На сайте «Эха Москвы» можно найти ссылки на другие СМИ, информационная политика которых схожа с информационной политикой радиостанции, либо не противоречит ей. Речь идет о журналах «Дилетант», «Сноб», канале «Дождь» и интернет-станции «Радио Свобода». Таким образом, для посетителей сайта очерчивается определенный круг СМИ, которые могут сформировать их информационную картину. Иными словами, слушатель «Эха Москвы» доверяет этой радиостанции, следовательно, будет доверять тому, что обнаружит на ее сайте. «Радио Свобода», как и многие другие интернет-СМИ, не может поступить аналогичным образом, потому что не обладает достаточным количеством аудитории и, скорее всего, имеет весьма ограниченное влияние на ее информационные предпочтения.

На сайте «Эха Москвы» существуют ссылки на странички радиостанции в основных социальных сетях. Радиостанция остается со своим слушателем на всем пространстве интернета. Таким образом, увеличивается вероятность, что потенциальная аудитория заинтересуется тем или иным материалом и перейдет к нему по ссылке на главный сайт.

На сайте «Радио Свобода» также можно найти ссылки на социальные сети. Такая тенденция последнее время характерна не только для интернет-СМИ, но и для всех СМИ в целом. Если радиостанция/канал/газета не сопровождает аудиторию в социальных сетях, она становится неконкурентноспособна на современном медиарынке.

Если говорить о различных способах представления информации, то и на сайте «Радио Свобода», и на сайте «Эха Москвы» текстовой информации больше, чем какой-либо другой. Однако «Эхо Москвы» акцентирует внимание посетителей именно на аудиоконтенте, предлагая ему «Топ-7 передач» или «Топ-7 гостей» станции. Посетителю сайта «Радио Свобода»

предлагаются видео- и аудио-материалы как нечто равнозначное. Здесь нет рейтингов передач, либо особо полюбившихся гостей, интервью с которыми вынесены на главную страницу.

Заключение.

Исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод, что радиостанция «Эхо Москвы» имеет обширную аудиторию, которая заинтересована как в текстовом контенте сайта, так и в эксклюзивных аудиоматериалах. Сайт не только предлагает прослушать архивные передачи, он дает дополнительные возможности ознакомиться с личностью эксперта и сформировать собственное видение той или иной проблемы посредством блогов и аналитических статей.

Сайт «Радио Свобода» - это интернет-СМИ, которое предлагает своей аудитории информацию в текстовом, аудио- и видеоформате. Здесь также представлено большое количество фотоматериала, существуют возможности обратной связи, информация дифференцирована по темам. Различные виды аудиоматериала можно найти в графах «Подкасты», «Ток-шоу», «Радиопрограммы». При этом, личности гостей представлены менее ярко, чем на сайте «Эха Москвы». Внимание акцентируется на формате передачи и журналисте, который ее представляет.

Сайт «Радио Свобода», как и сайта «Эха Москвы», способен полностью сформировать у посетителя информационную картину дня. Здесь он может легко найти, а также посмотреть/послушать/почитать то, что его интересует.

Оба сайта – как «Радио Свобода», так и «Эхо Москвы», - в той или иной степени, являются интернет-СМИ. Они самостоятельны, и не нуждаются в дополнениях в виде теле-/аудио- или печатных версий. Посетитель сайта «Эха Москвы» может даже не являться слушателем этой радиостанции, а использовать сайт исключительно как интернет-СМИ.

И на первом, и на втором сайте большое количество текстовой информации – аналитических статей, которые формируют взгляды аудитории. И «Радио Свобода», и «Эхо Москвы» присутствуют в социальных сетях, публикуют последние новости, предлагают аудитории возможности обратной связи в виде звонков в эфир и сообщений ведущему.

В отличие от сайта «Эха Москвы», на сайте «Радио Свобода» все тексты сопровождаются фотоматериалами. Кроме того, здесь у посетителя есть возможность посмотреть видеорепортажи.

Аналитические материалы на сайте «Эха Москвы» представлены более широко, чем на сайте «Радио Свобода». Плюс к этому, у радиостанции обширная экспертная база, что дает ей возможность публиковать большое количество интервью.

И в первом, и во втором случае посетителю сайта предлагается разнообразный аудиоконтент. Однако если «Радио Свобода» обращает внимание аудитории на оригинальный формат передачи и ее тематику, «Эхо Москвы» акцентирует внимание на личности гостя, сопровождая аудиоматериал яркими цитатами и ссылками на блоги экспертов.