Анна Леонидовна Акопова

Московский университет им. А. С. Грибоедова

arewik@yandex.ru

**Иновещание: опыт радиокомпании «Голос России»**

Международное радиовещание России с использованием технологических преимуществ, новых способов распространения массовой информации активно осуществлялось радиокомпанией «Голос России» вплоть до 2014 г.

Ключевые слова: радиокомпания, иновещание.

Международное радиовещание России с использованием технологических преимуществ новых способов распространения массовой информации активно осуществлялось радиокомпанией «Голос России» вплоть до 2014 г. В 2012 г. в рамках модернизации вещания «Голоса России» было предусмотрено превращение компании в полноценное мультимедийное СМИ, способное доносить информацию до аудитории в различных актуальных форматах, в первую очередь за счет онлайн-вещания и развития интернет-портала «Голоса России». При «Голосе России» функционировал Фонд исследовательских работ, создавший тысячу научно-практических проектов, осуществленных Центром социологических исследований в десятках стран мира. Совокупность собственных и зарубежных данных позволила определить параметры мировой аудитории «Голоса России» – она насчитывала свыше 100 млн слушателей.

Среди слушателей «Голоса России» преобладали люди социально-активного возраста (31–55 лет), были представлены все социальные группы: служащие (22–25% по разным странам), студенты и преподаватели ВУЗов и учителя школ (20–25%), представители творческой интеллигенции (10–18%), ИТР (10–14%), пенсионеры (20–40%) [3]. Их отличала регулярность обращения к передачам – не реже 2-3 раз в неделю. До 80% аудитории в разных странах настраивались на волну «Голоса России» для того, чтобы услышать новости о России из России, 60% – чтобы представить себе, как живут сегодня россияне, 50% хотели слушать передачи о культуре, истории, традициях страны.

Ниже приведем статистику просмотров и аудитории пользователей, а также функционала сайта радиокомпании «Голос России» http://www.ruvr.ru за 2007 г. [1]:

– посетители из 120 стран мира;

– 73 млн обращений в год;

– 200 тыс. обращений в сутки;

– информационный продукт на 25 языках;

– более 350 информационных разделов;

– ежедневное онлайн-вещание в Интернете на русском, английском, испанском, немецком, французском, португальском, арабском, японском, итальянском, греческом, болгарском, китайском, персидском, хинди, сербохорватском и турецком языках;

– Интернет-вещание в видеоформате.

Интернет-аудитория «Голоса России»:

– динамичная, развивающаяся аудитория, проявляющая большой интерес к России;

– сотрудники крупнейших организаций и фирм всего мира;

– политики, чиновники, бизнесмены;

– журналисты, исследователи, аналитики;

– преподаватели и студенты;

– лица с высшим образованием;

– в дни важных событий Интернет-аудитория увеличивалась в 2,5 раза.

Интернет-вещанием «Голоса России обеспечивались:

– объективная информация о России из России;

– оперативность и профессионализм;

– специальные горячие линии, посвященные актуальным проблемам России и мира;

– весь мультимедийный спектр предоставления информации;

– интерактивный контакт с аудиторией: опросы, дискуссии, конкурсы, электронная переписка с десятками тысяч корреспондентов.

Партнерские связи позволяли «Голосу России» выступать надежным посредником при необходимости размещения рекламных, презентационных или иных материалов в зарубежных СМИ, в том числе в форме обмена специальными радиопрограммами. Вещание «Голоса России» определялось эксклюзивным характером подачи информации о России.

Слушатели рассматривали радиостанцию как наиболее удобный бесцензурный и демократичный канал получения интересующих их сведений о жизни страны [2]. Для аудитории во многих странах «Голос России» являлся единственным оперативным СМИ, предоставляющим им достоверную информацию о происходящем в России. На сайте можно было не только прочитать материал (стенограмму/расшифровку передачи), но также прослушать его в аудиозаписи. Интернет-вещание стало очень удобным, так как не все радиоприемники ловили радиоволну. Сайт «Голоса России» содержал более 500 разделов, и статистика показывала, что к нему обращались пользователи из 140 стран мира, а совокупная аудитория пользователей составляла более 109 млн радиослушателей.

Литература

1. Центр социологических исследований РГРК «Голос России», 2007. Энциклопедия Интернет-радио. URL: e-radio-ru.blogspot.ru/2007/08/blog-post\_9346.html.

2. Коновалова М. В. Эвокативные особенности культурной стратегии сайта радиокомпании «Голос России» в аспекте медиабезопасности // Вестник Челябинского гос. ун-та. Филология. Искусствоведение. 2013. № 21(312). Вып. 80. С. 292–295.

3. Центр социологических исследований РГРК «Голос России», 2007.