

СМЕНА СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ СТАТУСОВ В ПРОЦЕССЕ СОВРЕМЕННОЙ РАДИОКОММУНИКАЦИИ

*Карпенко Ирина Ивановна
Белгородский госуниверситет*

Ключевые слова: *радиовещание, интернет, социальный статус, радиокommunikация, подкастинг.*

Key words: *radio broadcasting, internet, social status, radio communication, podcasting.*

В повседневной деятельности каждый человек постоянно сталкивается с необходимостью определения своего положения в социуме, то есть своего социального статуса. Социальные характеристики обуславливают деление широкого диапазона статусов на две группы: основные и эпизодические. Основные напрямую связаны с профессией, родом деятельности, религиозными и политическими взглядами, демографическими и экономическими определяющими. К неосновным, или эпизодическим, как правило, относят статусы пешехода, пациента, свидетеля, зрителя и др. Важным является то, что обязанности и права людей – носителей временных статусов, в отличие от основных, практически никак не определяются и нигде не регистрируются, а возможность перехода по желанию от эпизодического к основному статусу и дальнейшего возвращения назад трудно реализуема. Изменение определенных статусов (профессиональных, экономических, политических, религиозных и т.д.) тем сложнее (как для их носителей, так и для окружающих), чем дольше они определяют жизнедеятельность индивида.

В системе интересующей нас радиокommunikации присутствуют социально-коммуникативные статусы ведущего, слушателя. Данные статусы избираются личностью самостоятельно. Однако, в отличие от статуса слушателя, статус ведущего является основным и влечёт за собой целый ряд обязанностей. Это происходит по причине признания данного рода деятельности в качестве социально ответственного.

Однако в современных условиях практиковавшаяся в течение многих десятилетий система статусов участников радиокommunikации претерпевает сильные, а порой и противоречивые изменения. Причиной тому стали широкое распространение компьютерных технологий и активное участие аудитории в коммуникативном процессе. Переход радиовещания в Интернет дает слушателям возможность не просто пассивно получать информацию, а становиться активными участниками радиокommunikации (высказывать мнения, поднимать интересующие темы, влиять на формирование программных сеток и т.д.), а также быть продуцентами медиаконтента, непосредственно участвовать в создании программ для эфиров. В сложившейся ситуации слушатель меняет один временный статус на другой: из воспринимающего информацию он превращается в поставщика информации. Вступая в подобные публичные коммуникативные отношения, индивид приобретает новый временный ста-

тус, который, в отличие от других ему подобных, добавляет его носителю ответственность за распространяемую информацию.

С целью повышения коммуникативной активности аудитории создаются форумы, чаты, доски объявлений, используются электронные пейджеры и другие он-лайн коммуникаторы (icq, qip и т.д.). Однако самым уникальным на сегодня остается феномен подкастинга.

Этимология данного термина спорна. Существуют несколько вариантов объяснения его происхождения:

1. Слияние слов iPod (название популярного плеера компании Apple) и термина broadcasting (вещание);
2. Расшифровка определения Personal On-Demand Casting;
3. Сокращение от Personal Option Digital Casting.

Подкастинг воплотил в себе все положительные стороны радиовещания, усилив их достоинствами нового канала распространения информации – Интернета. Среди положительных моментов следует назвать гибкость и легкость распространения информации, безграничность охвата аудитории. Однако, к самым, пожалуй, важным достоинством подкастинга следует отнести возможность самостоятельного выбора программ, новостей и музыкальных треков, появляющуюся у слушателя, использующего данную технологию приёма сигнала. Аудитория имеет возможность получать на определенном сайте подписку на интересующие её программы, эпизоды эфиров, которые носят название подкастов, и слушать их по своему усмотрению в любом порядке, в любое удобное для неё время и в любом месте. Подобная практика становится доступной благодаря автоматическому скачиванию информации и синхронизации с плеером слушателя.

Данная технология имеет широкое распространение на Западе. Судить об этом можно, основываясь не только на большом количестве обращений к запросам в поисковых системах. В 2004 г. слово *podcast* официально вошло в очередную редакцию Оксфордского словаря (New Oxford American Dictionary), а в 2005-ом получило награду как Слово года.

В России подкастинг получил распространение совсем недавно, поэтому профессиональных подкастов, специализирующихся на какой-либо конкретной, определенной тематике и освещающих её регулярно, практически нет. В 2005 г. был открыт подкаст-терминал RussianPodcasting.ru, основанный теле- и радиоведущим Василием Стрельниковым. Проект постепенно набирает популярность, и к сегодняшнему дню данный сайт стабильно имеет до 3500 уникальных хостов и до 16000 просмотров страниц.

Среди иностранных коллекций подкастов можно выделить терминалы Apple Music Store, а также сайты Yahoo! Podcasts, Podcast.net, Podcast Alley, Odeo.com и Podcastalley.com. Среди русскоязычных порталов первое место по посещаемости принадлежит Rpod.ru. В этом ряду стоит также упомянуть белорусский сайт Podcasting.by. Многие известные медийные организации, такие как ABC, CNN, CBS, NBC, NPR, MTV, Discovery Channel, New York Times, Wall Street Journal, NewsWeek, MSNBC и др., также начали с недавнего времени предоставлять подобный сервис на своих сайтах.

На этом уровне коммуникации теория демократизации медиадискурса [А.П. Короченский, 2007] реализуется в полной степени, так как порталы подкастинга дают своим пользователям возможность размещения их собственных файлов для общего пользования, то есть поощряют увеличение коммуникативной активности аудитории.

Но, как и любое другое явление, в этом контексте демократизация имеет свои негативные стороны. Наряду с участием большого количества пользователей в статусе субъектов коммуникации и широкого распространения суждений, отмечаются примитивизация текстов и проникновение в язык большого количества инвектив. Свидетельством этому может стать огромное количество файлов с пометкой «explicit» («откровенный») – то есть файлов с присутствием ненормативной лексики, размещенных на сайтах, предоставляющих сервис подкастинга. Это происходит из-за отсутствия какой-либо цензуры в сетевом пространстве. Решение о том, где проходит цензурная граница, принимает сам автор. Принимая на себя новый временный статус автора программ, пользователь подкаст-порталов не осознает свою социальную ответственность.

Среди ряда других негативных моментов демократизации медиадискурса А. П. Короченский выделяет также:

- несоблюдение либо нарочитое игнорирование языковых норм,
- привнесение «компьютерной» и иной сленговой лексики,
- использование недостоверных, непроверенных сведений,
- публикация информации, способной причинить социальный ущерб [Короченский: 2006, 20].

Подводя итог, хотелось бы отметить, что прогнозировать дальнейшее развитие подкастинга достаточно проблематично. Несомненный плюс подобных практик в их возможности активизировать аудиторию. Подобная коммуникативная активность со стороны слушателей может быть достигнута только при наличии чёткой мотивации. В данном случае основным мотивом, заставляющим человека принимать участие в создании программ для открытого доступа, лежит смена статуса: человек «превращается» из обыкновенного пассивного слушателя в активного участника радиокоммуникации в качестве автора – создателя программ для радио. Это требует от него таких качеств, как креативность и владение навыками создания и размещения собственного контента.

1. Короченский А.П. Журналистская наука перед лицом демократизации медиадискурса. // Современные проблемы журналистской науки. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2006. – С. 14 – 23. *Он же*: Демократизация медиадискурса: благо или угроза? // Журналистика в мире политики. Гуманистическое измерение. СПб: СПбГУ. 2007. – С. 69-80.

2. Короченский А.П. Демократизация медиадискурса: проблемы и перспективы. <http://ecsocman.edu.ru/db/msg/291886/print.html>