

РАДИО, НЕ РАДИО...

Планета је 13. фебруара, стидљиво спомињући историјат те кутије из које су се деценијама причом и песмом оглашавали невидљиви мали људи, обележила „празник” медија који је дочекан помпезније него Француска буржоаска револуција или први кораци на Месецу, а чија је смрт најављивана више пута него бољи живот у источној Европи

ON
AIR

АЛИ ДОКАД?

Ових дана још једном је одата почаст радију због изненађујуће виталности у времену дигиталних чуда постмодерног схватања живота, уз поновно постављена питања будућности тог „хладног општира“, уз којег можете да пеглате веш или кувате ручак, а да се не изгорите, или читате лака штива, уз повремено прекидање да бисте на неку реч или рефрен начуљили уши и задигли обрве, јер вам великодушно оставља сва чула, сем једног.

Намеће се питање: да ли су телевизија, интернет, дигитализација, економска криза и јефтино оглашавање на мрежама, уз низ саучесника, сада коначно у прилици да радију „дођу главе“ или је реч о само још једном неуспешном покушају? Прети ли смрт радију или култури слушања и једном начину живота иманентном временима уз која смо склони да пришијемо придев – срећна?

Кад ствари оду „к врагу“

Арнел Шарић Шаран, аутор култне емисије „Ван сваке контроле“, која је неколико сезона веома успешно емитована на сарајевском Радију 202, објашњавајући зашто су „повукли ручну“ на даље бављење радијским послом, каже како су „дошла нека друга времена, у којима имамо аналитичаре и стручњаке, у којима никад нисмо били гласнији, а мање говорили, времена када се предлози поимају као паметовања, када је критика непријатељ, а забијање ножа у леђа оправдавамо комплексима“.

Радио је први пут на самртној постељи био оног тренутка када су слике почеле да се покрећу. Сматрало се да ће му телевизија задати коначни ударац. Касније је то био интернет, да би се, у новије време, предвиђало се да ће га докрајчити паметни телефони. Ипак, упркос томе што је често описиван као „умирући“ медиј, радио и даље, кажу његови љубитељи, привлачи велику публику широм света. Додају да му је успех пре свега повезан са његовом способношћу да се прилагоди променама технологије, с преносивошћу и неокрњеном популарношћу музике и изговорене речи.

СУПСТАНЦИЈАЛАН МЕДИЈ

Говорећи о значају радија, др Фахира Фејзић Ченгић, професорка комуниколошких и новинарских дисциплина на Факултету политичких наука Универзитета у Сарајеву, сведочи о његовој незамењивој улози у кризним временима, поготово у ратном периоду, или за време природних катастрофа, поплава..

– Радио је заиста супстанционалан медиј, и заправо је идеалан јер се, посебно идејом говора и идејом слушања, претвара у главно помоћно средство за данашњи живот. Чуло слуха је најопсежније, најзахтјевније и најзанимљивије чуло у природи човјека – сматра др Фејзић Ченгић и додаје да док постоје људи, моћ говора и способност слушања других до тада ће и радио постојати.

Нове технологије против традиционалног радија

Брзим ширењем и великом доступношћу интернета, радио је, многи би констатовали, запао у проблеме. Свако ко данас жели да чује нову песму, која се појавила пре свега пет минута, може да је преслуша на „Youtube“-у или путем разних сервиса. Некада смо за тако нешто сатима седели поред кутије из које се чује звук, не бисмо ли у правом тренутку притиснули дугме „рикординг“ и снимили почетак омиљене нумере без гласа водитеља али не довољно касно да нам промакну први тактови.

У својој студији „Изазови нових технологија и будућност радија“ др Ана Мартиноли, асистенткиња на Факултету драмских уметности, каже да пажљивији поглед на развој радија показује да је овај медиј, ипак, успешно преживео различите информационе технологије, „систематично усвајао најновија техничко-технолошка достигнућа и тако се самоунапређивао, бележећи пораст слушалаца и јачајући на медијском тржишту“.

– Начин на који ће радио-станице одговорити на ове промене, способност да се прилагоде и на најбољи могући начин искористе могућности које им пружају нове технологије, умногоме ће одредити њихов будући успех и позиције на тржишту – написала је Мартиноли, која је својевремено била и продуцент програма на Радију Б 92.

Индивидуализација садржаја медија

Мартинолијева напомиње да најављена конверзија са аналогног на дигитални начин дифузије медијских садржаја суочава публику са могућношћу много већег избора садржаја него што је то било до сада.



– Последице су хиперфрагментација публице, груписање у мање целине слушалаца са заједничким интересовањима и много мањи број укупних слушалаца по једном медијском каналу. Као резултат добијамо вишеслојно медијско окружење, у коме однос према медијима и потребе нису слични ни код два слушаоца – каже она додајући да је крајњи циљ развој информација и комуникационих „брзих аутопутева“ који ће нас из ере масовних медија довести у еру индивидуализованих медија и личног избора.

У времену конвергираних медија, на пример укрштених аналогних радио-станица с интернетом, управо су потрошачи они који воде главну реч и управљају медијима – креирају сопствене радио-програме, музичке плејлисте, дистрибуирају их, деле, емитују, а способност станице да те могућности препозна и искористи за унапређивање сопственог програма могу направити разлику између класичног, архаичног и модерног, динамичног и вишеслојног радијског садржаја.

Укрштање са новим технологијама

Сви важнији произвођачи аутомобила у свој производ данас интегришу и могућност коришћења интернета, а сваки нови модел мобилног телефона има могућност стриминга. Употребом нових технологија радијски садржаји добијају нову димензију и превазилазе уобичајена ограничења медија попут једнодимензионалности, а „изласком“ на интернет отвара се могућност надоградње визуелним компонентама – сликама, видео-садржајима и текстом, чиме се проширује искуство слушаоца и додатно подстиче на интеракцију, размену и креирање сопственог садржаја.

Недавно рађено истраживање указује да 55 процената популације од 10 до 70 година има техничких могућности да слуша радио посредством интернета, а 19 одсто њих га управо на тај начин и слуша.

У Србији, на пример, 34 одсто је оних који код куће слушају исту радио-станицу, 29 одсто популације радио слуша у колима, док је 52 одсто оних који имају могућност да радио слушају и на послу.

Како год да се, кад је реч о процентима, ствари мењају, традиционални радио, да би опстао, мора да задовољи потребу слушалаца за већом контролом над садржајем, а управо је то оно што омогућавају нове технологије. Начин на који ће радио-станице одговорити на технолошке промене, способност да се прилагоде и на најбољи могући начин искористе пружене могућности, одредиће њихов будући успех и позицију на тржишту. Биће то или нова виталност старог господина или подгрејавање покојника. ■

Владимир ВЈЕШТИЋ

„ФОРМАТИРАЊЕ”

Познати радијски водитељи Игор Бракус и Дарко Митровић изразили су се оптимистички о будућности радија на нашим просторима.

– И даље се велики део оглашавачког колача прелива преко радија, а стална нервоза сваке власти због критике која с њега долази, недвосмислено указује на његов и даље значајан утицај. С друге стране, постоји јасна тенденција власника за медијским „форматирањем“ радиостаница, за шта страним агенцијама плаћају знатна средства, што као последицу има затворене „плејлисте“ са тристотинак песама – каже познати радијски двојац, истичући да се на тај начин стварају услови да ауторске емисије постану непотребан трошак.

