

УДК 659.4

РОЛЬ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В РАБОТЕ С РАДИО И С ТЕЛЕВИДИЕНИЕМ НА ГАИТИ

Шери Эммануэль

аспирант

Российский университет дружбы народов, Москва

author@apriori-journal.ru

Аннотация. В статье рассматриваются история и особенности становления радио и телевидения на Гаити. Отмечены специфические особенности современных радио и телевизионных станций, работающих на территории Гаити, на которые должны ориентироваться специалисты по связям с общественностью.

Ключевые слова: радио; радиостанция; телевидение; связи с общественностью; Гаити.

ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN WORK WITH RADIO AND TELEVISION IN HAITI

Sheri Emmanuel

post-graduate student

Russian university of friendship of the people, Moscow

Abstract. History and features of formation of radio and television in Haiti are considered. Specific features of modern radio and the television stations working at the territory of Haiti by which specialists in public relations have to be guided are noted.

Key words: radio; radio station; television; public relations; Haiti.

Вошедшее в повседневный обиход в начале XX века, радио стало пророком будущей популярности телевидения и Интернета. Радиосигналы, окутавшие Землю, несут огромное количество звучащей информации. Радиовещание, с одной стороны, есть естественное продолжение наработанного человеческого опыта в отражении и организации социальной информации. С одной стороны радио – канал для трансляции звуковых, речевых искусств, передачи огромных массивов собственной творческой деятельности. С другой – это создание новой речевой реальности, языкового существования в эфире. И не только новой речевой деятельности, но и кардинально нового подхода к рекламной деятельности.

Телевидение, радио, газеты, журналы, Интернет – у всех этих средств массовой информации есть свои достоинства и недостатки, свои отличия, приводящие слушателей, рекламодателей и специалистов по связям с общественностью к выбору того или иного из них в зависимости от преследуемых ими целей.

Радио является наиболее демократичным средством информации. Если для чтения газет вам необходимо затратить деньги на их покупку, то для выхода в Интернет вам не обойтись без крайне дорогостоящих технических средств. Телевизионная техника тоже стоит немалых денег, а радиоприемник может себе позволить каждый. Трудно представить себе наиболее простой и доступный способ донести до человека информацию, не переключая при этом все его внимание только на сам процесс получения.

Как уже говорилось раньше, радио – это канал для передачи звука, речи. Несмотря на отсутствие визуальной информации или даже благодаря этому, радиовещание открывает огромные возможности воздействия на аудиторию. Логика материала, внутренние взаимосвязи между фрагментами литературного текста, система аргументации должны строиться по законам звучащей речи. Ибо преимущества радиокommunikации могут обернуться большими потерями, ударив по репутации ин-

форматора, если пренебречь психологическими особенностями восприятия. На радио не столь важно собственно то, что сказано, сколько то, как это преподнесено. Вариации тональности, логические и эмоциональные ударения, паузы, усиления и понижения силы звучания, темп, ритм – все это является приемами обращения к слушателям, факторами воздействия на аудиторию.

Прослушивание радио часто не требует активного внимания. Его можно слушать, занимаясь другими делами, работая в офисе, прогуливаясь по улице, подготавливаясь ко сну, передвигаясь в автомобиле и т.д. Поэтому радиовещание называют вторичным видом деятельности. И поэтому особенно важно, как слушатель настроен на канал, по которому он получает информацию, от этого в большой степени зависит эффективность мероприятий по связям с общественностью и рекламных кампаний. На восприятие радиопрограмм накладывает отпечаток не только жизненный опыт человека, его образование, профессия, представления о мире, но и опыт общения с радиоканалом, его отношение к передачам. Ожидания слушателя, его эмоциональный настрой на программу тоже важны для эффективности контакта. Эта особенность универсальна для всех прочих СМИ, однако на радио она проявляется особенно рельефно.

Специфика радио определяется в первую очередь теми выразительными средствами, которые использует радиопублицистика – звучащее слово, музыка, шумы и монтаж.

Звучащее слово играет во всей этой гамме главенствующую роль – именно оно призвано донести основную информацию, хотя и может быть дополнено различными средствами, но эти средства лишь увеличивают эффект слова, сами же по себе они не способны донести осмысленной информации до слушателя.

Особенно ясно это по радиорекламе, где слово, не сопровождаемое ни музыкой, ни шумовыми эффектами, доносит скупую информацию, ко-

торую воспринимать трудно – монотонность, банальность речи не заставляет реципиента прильнуть к приемнику, переключить внимание на радиоспот. Но, добавив звуки взрывов, поющих птиц, звонящих телефонов, гармонии классической музыки или ритмы современных танцев, рекламопроизводитель заставляет слушателя обратить свой слух к сообщению, вместе с тем, что сама информативная его насыщенность, сам текст остается прежним.

Основу всей радиожурналистики составляют речевые тексты в виде огромного разнообразия письменных (предварительно написанных) и элементов импровизированной речи. Язык обладает неисчерпаемыми выразительными ресурсами – риторическими приемами, метафорами, сравнениями, гиперболами, литотами, оксюморонами и т.д., которые демонстрируют богатство языка, его возможности воздействия на слушателя.

Если характеризовать выразительные возможности речи, следует в первую очередь выделить интонацию. Речевая интонация – это форма эмоционально-волевого отношения говорящего к предмету речи и слушателю, выраженная в физических характеристиках звука и обусловленная видом общения, целью, характером, особенностями речевого контакта и ситуацией коммуникативного акта. Открытость, раскованность современного эфира несут в себе и новые интонации. Таким образом, радиовещание активно формирует новую аудиторию не только содержанием своих передач, но и их эмоциональным, интонационным настроением.

7 мая 1895 г. А.С. Попов продемонстрировал созданную им первую в мире радиостанцию. В 1970 г. на Гаити, а именно в Порт-о-Пренсе были построены радиовещательные станции. Существуют многочисленные местные радиостанции (приблизительно 200, среди которых 43 в Порт-о-Пренсе, только на полосе ФМ) и две международные смены (Международная служба французского радио и Голос Америки). Они популярнее чем телевидение. У радио есть четыре или пять выпускных новостей с

понедельника по субботу. Новости распространены на креольском языке или на французском языке в некоторых часовых отрезках дня. В 70-х и 1980-х годах, несколько радиостанций сопровождали народ в его борьбу против режима Дювалье.

Рассмотрим основные радиостанции Гаити:

Radio Shalom inter.

Radio Shalom Inter (RSI): ведёт прямую трансляцию, в прямом эфире 24 часа 7 дней в неделю через интернет, на местном радио на частоте 103.5 FM (SCA) с большим охватом в Южной Флориде.

Радио RSI транслирует религиозные программы. Имеет большое значение в жизни верующих людей.

РадиоRSI по всему миру можно слушать через интернет. Если вы находитесь в Африке, Европе, Америке и Азии, вы можете слушать эту радиостанцию.

Radio Metropole.

Радио Метрополь было основано 8 марта 1970 года Гербертом Уидмаером, пионером в радиовещании Гаити. Это была первая радиостанция с вещанием в FM радиодиапазоне с 1970 года, а также первая станции со стереозвук в 1975 году. На радио Метрополь впервые в Гаити начали воспроизводить музыку с компакт-дисков в 1980 году.

В Гаити радио Метрополь является популярной станцией, транслируя свежие новости и другую информацию о Гаити. Самый большой выбор новостей, политическая жизнь Гаити, жизнь в столице и провинции, экономические новости, новости спортивной жизни, новости культурной жизни и здравоохранения Гаити. Ежедневная информация доступна на сайте этой радиостанции.

Radio Caraibes.

Карибская радиостанция основана в Порт-о-Пренс в Гаити. Это одна из наиболее популярных станций в стране. Она была создана в 1949 го-

ду. Прежде чем переключиться на FM в 1994 году, трансляции шли на коротких волнах.

В настоящее время радиостанцию возглавляет Патрик Мусиньяк. На волнах этой радиостанции транслируются информационные программы, интервью с известными в стране людьми, юмористические программы, политические и аналитические передачи. В программе этой радиостанции одна из самых популярных программ в стране Ранмассе (Ranmasse), в которой обсуждаются наиболее важные события и проблемы Гаити.

Radio Signal.

Радио Сигнал FM является гаитянской радиостанцией, базируется в пригороде Порт-о-Пренс, Петьонвилле. Она была основана в 1990 году.

Сигнал FM является ширококвещательной радиостанцией в Порт-о-Пренс. Она транслирует новостные, спортивные программы, информацию о погоде.

Станция была единственной, чья трансляция не была прервана в результате землетрясения в январе 2010 года. Она предоставляла информацию оставшимся в живых.

В условиях развития рынка радио не только не потеряло аудиторию, но и увеличило ее благодаря его удобству, оперативному использованию информации и популярности многих программ. Доходчивость, простота и в то же время эмоциональность живого слова до сегодняшнего дня позволяют радио пользоваться неизменной признательностью слушателей.

В любом крупном городе Гаити имеется на сегодняшний день обширный выбор радиоволн. Наверняка не вызовет больших разногласий утверждение, что последние 10 лет на Гаити отчетливо образуют Новое время. На наших глазах происходит развитие радио (особенно в FM-диапазоне), которое можно назвать если не бархатной революцией, то бурной эволюцией.

Главные особенности использования радио, как воплощения связей с общественностью определяются природой звука, его возможностями, психологией восприятия. Например, сложные статьи, по научной, технической или производственной тематике должны публиковаться в узкоспециализированных профессиональных изданиях, а не звучать в эфире, засыпая неподготовленного слушателя ворохом непонятных терминов и ненужных деталей.

Необходимо правильно определить наиболее подходящие для фирмы радиостанции. Целесообразно тщательно продумать состав и содержание информационных рекламных программ или роликов, их продолжительность, время выхода в эфир и периодичность повторения. Происходящая в настоящее время специализация радиостанций позволяет специалистам внутрифирменных служб по связям с общественностью достаточно эффективно решать указанные задачи.

Радио, впрочем как и телевидение, наилучшим образом подходит для освещения таких событий в деятельности компании, как выставки, ярмарки, торговые показы, церемонии открытия, презентации, деловые встречи, приемы, конференции (в том числе пресс-конференции), круглые столы, дни открытых дверей и т.д. Основными формами передачи с помощью радио какой-либо информации различным категориям ее общественности могут быть, кроме рекламы, периодические репортажи о текущих событиях в жизни компании, специальные выпуски новостей, радиожурналы, интервью с руководителями и специалистами компании по поводу наиболее актуальных проблем ее функционирования, репортажи о проводимых компанией мероприятиях, ответы на критические замечания, запросы и жалобы в адрес компании со стороны отдельных представителей ее общественности и др.

Для сокращения расходов часто целесообразно использовать местное FM радиовещание, если оно обеспечивает контакт с целевой аудиторией. Использование возможностей радио позволяет в отдельных

случаях обеспечивать весьма ощутимую экономию затрат предприятия по поддержанию связей с общественностью за счет исключения расходов по личному участию представителей компании в том или ином мероприятии.

Одной из главных особенностей и ощутимым преимуществом использования радио при установлении и поддержании связей с общественностью является возможность прямой трансляции. Это, безусловно, великолепная возможность для предприятия поддержать общественный интерес к тому или иному событию, изучать общественное мнение по освещаемым проблемам (с помощью голосований, конкурсов, розыгрышей и пр.) и анализировать предпочтения слушателей. Для эффективного освещения с помощью радио событий, представляющих глобальный общественный интерес необходимо использовать технические средства международного радиовещания (спутниковое, Интернет-вещание и т.п.).

Несмотря на достаточно высокую абсолютную стоимость проведения мероприятий по связям с общественностью с использованием радиоканалов, их применение может приносить компании ощутимый экономический эффект за счет установления более доверительных взаимоотношений с общественностью, налаживания эффективного сотрудничества с партнерами, укрепления делового имиджа фирмы и т.п. Телевидение в этом плане, безусловно, более результативно, но расценки не идут ни в какое сравнение – соотношение «цена – получаемый эффект» в пользу радио, хотя одной из фундаментальных причин слабого развития радиорекламы на Гаити профессионалы считают, как не парадоксально, низкие цены на телерекламу.

Важно учитывать, что преимущества радиовещания при установлении связей с общественностью – это относительно низкая стоимость (по сравнению, например, с телевидением), высокая степень демографического и географического охвата, доступность использования радиоприемников (на работе, в автомобиле), массовость аудитории радиослуша-

телей. К недостаткам радиовещательных средств передачи информации можно отнести относительно не такую высокую степень привлечения внимания как на телевидении и ограниченность звукового представления тех или иных информационных материалов.

Итак, рассмотрев важность радио как инструмента связей с общественностью, мы выделили ряд его отличительных черт, преимуществ и недостатков, позволяющих, с одной стороны, донести до целевой аудитории необходимую информацию с небольшими затратами и значительным эффектом, а с другой не позволяющих довести этот эффект до максимума в силу описанных выше характеристик.

Любая радиокomпания, в общем виде, состоит из пяти главных составляющих:



Рис. 1. Составляющие радиокomпании

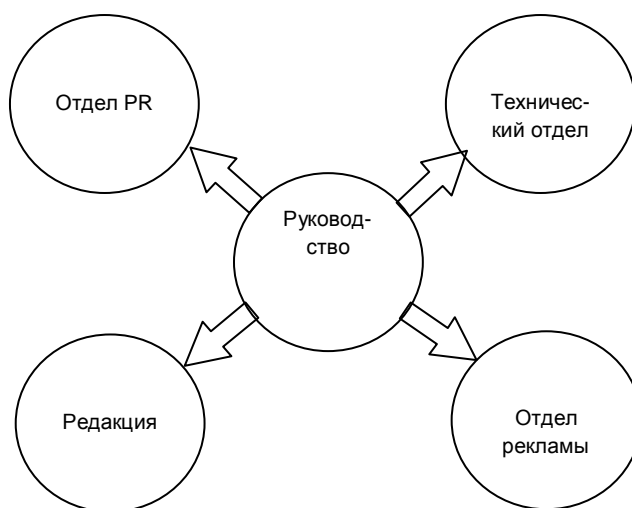


Рис. 2. Вертикальная структура управления



Рис. 3. Горизонтальная структура управления

Считается, что специалист по связям с общественностью должен обладать рядом уникальных качеств, необходимых для эффективной работы, и это действительно так – эти качества столь же разнообразны и многочисленны, сколь и его обязанности.

Наряду с качествами, необходимыми специалисту по связям с общественностью, директор отдела Радио на Гаити, который занимается не только связями с общественностью, но и массой сопутствующих обязанностей, должен обладать знаниями в следующих областях:

1) непосредственно методы связей с общественностью – их роль в продвижении и выработка действенных связей с общественностью; методы рекламы – характеристики всех рекламных средств, выбор средств, их покупка и обмен; методы приобретения публицити – доступные способы и разработка источников продвижения; сами по себе методы продвижения – средства эфирного и неэфирного продвижения и их использование;

2) маркетинг, его функции и методы и их применение в области увеличения аудитории и продаж;

3) исследования: организация (иногда – проведение) исследований, интерпретация результатов, их использование в продвижении радио;

4) профессиональные услуги, подобные тем, что предлагаются агентствами по связям с общественностью, печатными и рекламными компаниями;

5) законы и правила, в особенности те, которые применимы к рекламе, функционированию СМИ.

Рассмотренные знания, безусловно, необходимы любому специалисту по связям с общественностью, но надо понимать, что это идеальный список – вовсе не каждый «PR-щик» владеет этим запасом знаний, что не делает его плохим работником.

Национальное телевидение Гаити было основано 23 декабря 1979 года и помещено под эгидой Министерства информации и координации.

Синтезируя звук и изображение, телевидение обеспечивает более широкие коммуникационные возможности. Для зрителя, наблюдающего прямую трансляцию с места события, телевидение способно создать «эффект присутствия» – больший, чем радио или газета. «Эффект личного общения» сближает телевизионную коммуникацию с формами межличностного общения. Зритель знает, что передачу одновременно с ним смотрят миллионы людей, и, тем не менее, воспринимает выступление с телеэкрана как обращенное непосредственно к нему.

Известно, что общение может быть прямым и опосредованным. Массовая коммуникация всегда носит опосредованный характер. Это значит, что между отправителем и получателем есть дистанция – пространственная или временная. Для кино и прессы дистанция пространственно-временная. А на телевидении, как и на радио, дистанция может быть лишь пространственной – в случае прямого вещания.

Телевидение в глазах своей аудитории ближе других средств массовой информации стоит к прямому, непосредственному, личностному и двустороннему общению. Такое восприятие создается эффектами присутствия, доверительности и диалогичности телекоммуникаций.

Телевидению свойственна программность – т.е. передача аудитории сообщений определенным образом организованных. К числу наиболее известных Гаитянских телерадиокомпаний относятся **TNH** (Гаитянская телерадиокомпания), **Telemax**, **Tele Soleil**, **Tele Diaspora**, **Télé Lumière**, **Télé Ginen**, **Télé Éclair**, **Télé Quisqueya**.

TNH – (Television nationale d’Haiti).

TNH (телевидение Гаити) является широкоэмитальной телевизионной станцией в Порт-о-Пренс, Гаити. В рамках Радио и телевидения Гаити, TNH предоставляет информацию о деятельности государственных органов, шоу, которые способствуют повышению уровня национальной культуры.

Телевидение Гаити или **TNH** является гордостью Гаити. TNH занимает особое место в сердцах и умах народа Гаити, так как это старейший и самый известный телеканал в стране. TNH представляет зрителям местные программы с упором на образование, спорт, культуру, новости. Его основная цель состоит в том, чтобы держать общественность в курсе всех правительственных мероприятий, участвовать в формальном образовании населения Гаити с помощью программ при поддержке Министерства образования и, наконец, содействовать развитию национальной культуры и туризма.

Telemax.

Направленность телеканала Телемакс – это спортивные передачи и фильмы. На Телемакс показывают спортивные программы (футбола (УЕФА Лига), Футбол (NFL), баскетбол (НБА)), все голливудские фильмы (приключения, ужасы, комедии и т.д.). Но в трансляции этих программ часто бывают перебои. При этом все местные программы, такие как

местные программы новостей, документальные фильмы, программы о результатах выборов и т.д. обычно всегда показывают бесперебойно.

Tele Soleil.

Телеканал Телевидение Солнца быстро стал крупнейшей христианской телевизионной сетью в Гаити. Tele Soleil транслирует различные христианские программы из различных церквей, расположенных внутри страны. В Гаити очень многие христианские семьи отдают предпочтение именно этому телеканалу, т.к. религия занимает очень большое место в жизни людей.

Tele Diaspora.

Этот телеканал стремится стать номером один в рейтинге гаитянских развлекательных каналов и за пределами Гаити. Здесь транслируются лучшие музыкальные клипы и развлекательные программы. Для телезрителей представлены самые горячие новинки музыки и передачи о направлениях музыкальной культуры. Много передач с известными музыкантами и художниками Гаити, а так же много концертов.

Télé Lumière.

Телеканал Люмьер принадлежит Евангелической баптистской миссии Южной части Гаити, но открыт для всех баптистских церквей страны. Поэтому Телеканал Люмьер известен как голос Евангелической баптистской церкви в Гаити. Подборка программ, персонал, финансовая поддержка приходят из всех евангельских баптистских конфессий.

Télé Ginen.

Телеканал Гинен является каналом, представляющим интересы гаитянской общины. Он делает упор на трансляцию местных программ с акцентом на новости, культуру, спорт, текущие проблемы общества, рекламу и развлечения. Гинен является доминирующим каналом в местном телевидении.

Télé Éclair.

Телеканал Эклер основан в 1988 году. Он стремится создать и поддерживать популярные телепередачи, такие как «Carte Rouge», «Формат 4» и «Index». Их цель – привлечь молодую аудиторию. Они стремятся развиваться и стать одним из лучших развлекательных телеканалов Гаити. Разнообразные музыкальные видео, фельетоны и качественные ток-шоу являются главным приоритетом этого телеканала. Программы этого канала также содержат новости, спорт, фильмы, рекламу и т.д.

Télé Quisqueya.

Телеканал Кискейя является телевизионной станцией в городе Сен-Марк, Гаити. Он охватывает всю территорию города Артибонит и многие другие города в стране. Станция предлагает динамичные программы с богатым содержанием, такие ток-шоу как «Info5», «Доброе утро Кискейя», «Музыка Кискеи» т.д. Телеканал затрагивает все поколения в гаитянского общества. Он освещает свежие новости и текущие события, спорт, развлечения и религию. С его молодыми сотрудниками и их стремлением к улучшению телеканала они, несомненно, сделают его одним из ведущих в Гаити.

На Гаити, телевидение стало важным элементом нашей культуры. Для большинства из нас телевидение стало основным источником новостей, развлечений и образования. Зрители охотнее верят компаниям, рекламируемым по телевидению, в особенности тем, которые спонсируют художественные и образовательные программы и специалистов по связям с общественностью.

Список использованных источников

1. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз. М.: «Форум-Инфра-М», 2007.
2. Кочеткова А.В., Филиппов В.Н., Сковорцов Я.Л. Теория и практика связей с общественностью. СПб.: Питер, 2008.
3. Михайлов В.А. Связи с общественностью: введение в специальность. Ульяновск: УлГТУ, 1999.
4. Массовая коммуникация в условиях научно-технической революции / под ред. Б.М. Фирсова. Л., 1981.
5. Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2000.
6. Пресса и общественное мнение / под ред. Е.Г. Андрющенко. М., 1986.
7. Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. М.: Изд. РИП-холдинг, 2001.
8. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2001.
9. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М., 2003
10. Попов Е. Формирование общественного мнения. Маркетинг. 1997.
11. Хилгартнер С., Боск Ч.Л. Рост и упадок социальных проблем: концепция публичных арен // Средства массовой коммуникации и социальные проблемы / сост. И.Г. Ясавеев. Казань, 2000.
12. Кисилев А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество. СМИ. Власть. М., 2010.
13. Сидорская И.В. Эффективная коммуникация со СМИ. Принципы и технологии. М., 2010.
14. Кравченко Н.П. Государственный маркетинг в средствах массовой информации: методическое пособие. Краснодар, 2009.
15. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М., 2004.
16. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М., 1996.
17. URL:<http://www.unitynetradio.com/actualite/decouvertes-13/liste-de-certaines-stations-de-radios-et-de-televvisions-en-haiti-45.html>
18. URL:www.radiohaiti.ht
19. URL:www.caraibesfm.com
20. URL:www.lenouvelliste.com
21. URL:www.tvhaiti.com