

A látható rádió

SZILÁGYI ÁRPÁD

Duna Médiaszolgáltató Nonprofit Zrt.
szilagyi.arpad@dunamsz.hu

Kulcsszavak: médiakonvergencia, rádió-műsorszórás, vizuális rádió, látható rádió

A vizuális rádió megjelenése a médiakonvergencia folyamatának egyik példaként értelmezhető. Ezért tisztázzuk e folyamat eredetét és meghatározását, majd hazai és nemzetközi gyakorlati példákon bemutatjuk azt, hogy ez a folyamat a közszolgálati és a kereskedelmi rádiózásra is hatott.

1. Bevezetés

2014 augusztusában az Európai Műsorszolgáltatók Szövetsége (EBU) bejelentette, hogy egy nemzetközi sportesemény rádiós közvetítését egészítik ki képekkel. Mindehhez felhasználják a színes képek és szöveges információk továbbítására is alkalmas DAB+ rádiórendszert és a hibrid rádió rendszernek megfelelő vevőkészülékeket Európa-szerte. Az apropót a Zürichben augusztus 12-17. között megrendezett atlétikai Európa-bajnokság adta, amelynek versenyeiről a rádiós közvetítések közben a hangzó műsor mellett képeket és adatokat is kisugároztak (1. és 2. ábra).¹ A kompatibilis készülékek (DAB+, illetve RadioDNS hibrid rádió) kijelzőire és a rádiós webhelyekre ugyanis az atlétikai versengés közben készült fotókat és versenyadatokat továbbítottak. Ez a példa azt mutatja, hogy a rádiós tartalom előállításának folyamatába bekapcsolják a rádiózásban korábban szokatlan vizualitást is.

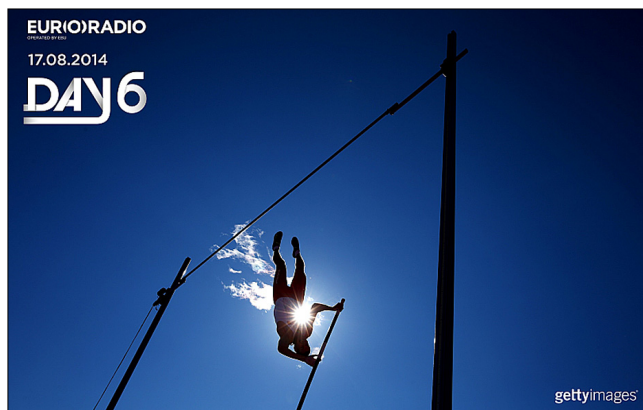
Felvethetnénk, hogy ha képeket akarunk nézni a sporteseményről, akkor miért nem egy tévés sportcsatornát vagy online portált nézünk. Két fontos tényre érdemes gondolni: a televízió és az internet óriási elterjedtsége és popularitása mellett a rádiós tartalomszolgáltatás is őrzi népszerűségét; illetve arra, hogy a rádióhallgatás jellemzően nem abban az élethelyzetben történik meg, amikor a tévézés: például autózás közben vagy a buszon utazva okostelefonon rádiózunk; ilyen az irodai munkavégzés vagy a háztartási munka közbeni rádióhallgatás; a reggeli rádiózás.

„Az internet fejlődése nem jár a hagyományos tévémodell teljes megszűnésével. Épp ellenkezőleg: a médiakonvergencia lényege nem a radikális paradigmaváltás, hanem a hibridizálódás, a korábbiakban elkülönülő modellek összemosódása”² – írja Csígy Péter a televíziózással kapcsolatban, és ez a jelenség teljes mértékben igaz a rádiózásra is. A rádió alapfunkciója megmarad, de magához vonzza a társterületek (tévé, újság, online

portálok) gyakorlatának egy részét: állóképekkel (is) foglalkozik, mint egy újság vagy mint egy internetes portál; mozgóképekkel (is) foglalkozik, mint egy televízió vagy mint egy webtvé; valamint szöveges adatokat és híreket is közöl, mint egy nyomtatott lap, internetes portál vagy mint egy hírügynökség. Tárgyalt témánk e szempontból tehát logikus folytatása a megkezdett trendnek. A 21. században a tartalmat már kiegészítheti a vizuális információ, így a rádió funkciója bővül, kiegészül.

1. ábra

A 2014-es zürichi atlétikai EB-n készült fotó, amit az EBU a látható rádiós projektben résztvevő rádióknak kiküldött



2. ábra

Versenyeredmények az EB-ről egy hibrid rendszerű rádiókészülék kijelzőjén



¹ EBU premieres 'Visual Radio' at European Athletics Championships in Zurich
<http://www3.ebu.ch/contents/news/2014/08/ebu-premiere-visual-radio-at-eur.html> (sajtóközlemény), Hozzáférés: 2015. január 24.

² Csígy Péter: A konvergencia televíziózás. Web-TV-közösség. L'Harmattan, Budapest 2009, p.47.

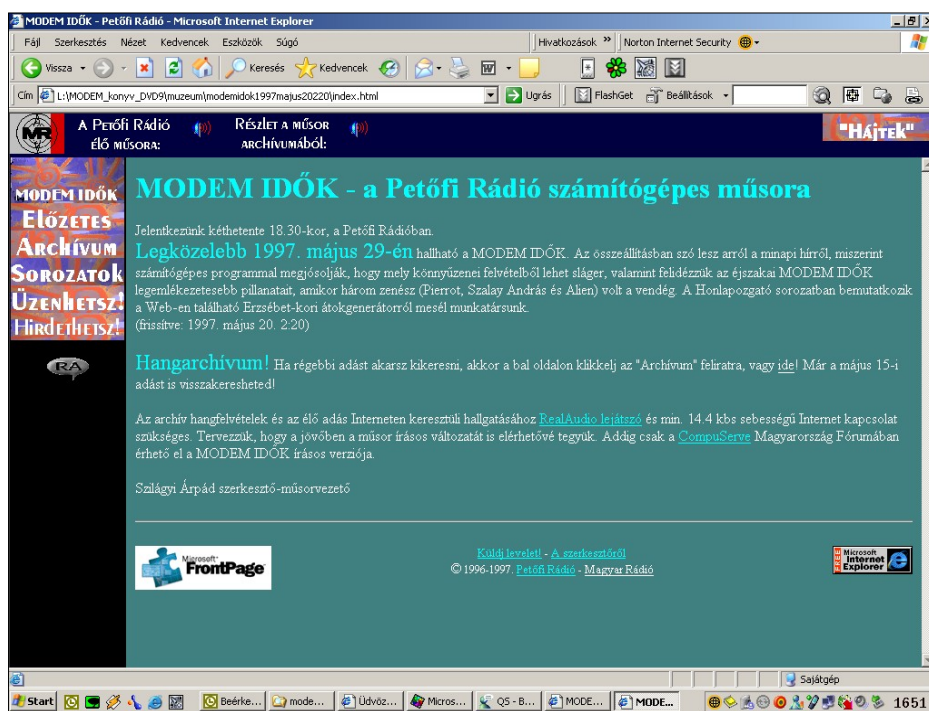
A konvergens rádió kialakulásának folyamata nem új, mert ha az első kísérletekre gondolunk, akkor hazánkban is egy húszéves történetről beszélhetünk. E cikkben felidézünk ezt a múltat, és mivel jómagam is e folyamat aktív részese voltam rádiós műsorkészítőként, így ez a múltidézés közeli látószöveget eredményez.³ (Például 2001-ben az országban elsőként, a Petőfi Rádió 'Modem idők' című műsorával indítottam el a „látható rádió” kísérletet, melynek keretében két videokamerával élőben közvetítettük az interneten a rádióstúdióban készülő műsort.⁴)

A vizuális rádió megjelenése a médiakonvergenция folyamatának egyik példaként értelmezhető. Ezért tisztázzuk e folyamat eredetét és meghatározását, később a gyakorlati példák bemutatásán keresztül pedig azt, hogy ez a folyamat a közszolgálati és a kereskedelmi rádiózásra is hatott.

Igen lényeges kérdés, hogy a közönség használja-e az új technológiákat, illetve van-e reális esélye, hogy a kiegészítő vizuális tartalomszolgáltatást ténylegesen igénybe veszik-e. Az NRC Marketingkutató Kft. segítségével online kérdőíves kutatás készült a magyar internetezők körében,⁵ ez alapján a legalább hetente rádiót hallgató internetezők 15%-a rendszeresen hallgat műsort az okostelefonján vagy táblagépen, illetve 22%-uk számítógépen. E kétféle platform azért lényeges, mert vizuális tartalom megjelenítésére is alkalmasak.

Áttekintjük a rádiós tartalomszolgáltatás világának módosulását, noha a rádiózás lényege továbbra is ugyanaz marad: a hanginformációk (beszéd és/vagy zene) jelentik a rádiózás klasszikus és lényegi kommunikációs közegét (azaz a rádióból nem lesz tévé!), mégis az új eszközök bekapcsolásával más lesz a rádiózás élménye. Ki kell dolgozni az élethelyzetekhez igazodó megoldásokat, vagy másképpen fogalmazva: oda kell menni, ahol a közönség is van.⁶

A rádió tehát így már nemcsak egy hangra épülő csatorna, hanem konvergens médiaszolgáltatás, ami kiegészítésként használja a látható rádió eszközeit. A trend alapján jócskán átalakul a média világa, és a rádiónak olyan módon kell átalakítania működését, hogy az új igényeknek megfeleljen.



3. ábra
A Petőfi Rádió 'Modem idők' című műsorának webhelye
1997-ben – ekkor még képek nélkül

2. A vizualitás és az internetes interaktivitás megjelenése a hazai rádiózásban

A képi műfajok megjelenése a rádiós újságírói munkában egyértelműen összefügg azzal, hogy az internet mind komolyabb mértékben formálja át a tömegkommunikáció világát. A folyamat elindulásáról rádiós műsorkészítőként közvetlen tapasztalataim vannak, mivel az internet magyarországi elterjedésének kezdetén azon dolgoztam, hogy a rádiós tartalom-előállítás folyamat részévé tegyem a világhálót.

Ezt a folyamatot a „Modemkori hőstörténet” című könyvem⁷ részletesen leírtam, beleértve azt, hogy miképpen használtam fel a „Modem idők” rádióműsor készítése közben az elektronikus levelezés (e-mail) lehetőségét, majd az azonnali üzenetküldések (messaging, chat) lehetőségét, az internetes „műsorsugárzás” elindítását és a neten elérhető hangarchívum folyamatos frissítését, a weboldalon közzétett hangzó anyagok tematikus csoportosításából keletkező „virtuális műsort”, illetve az élő műsor internetes videoközvetítését stb.

2.1. A képek megjelenése a rádióműsor mellett

A rádiós újságíró munkájának jellegéből fakadóan nem a képi műfajokban gondolkodik, de a külvilág ki-

³ Az írás szerzője jelenleg a Duna Médiaszolgáltató nonprofit Zrt. (a Magyar Rádió jogutódjának) szerkesztője a közmédia megrendelői oldalán.

⁴ Szilágyi Árpád főszerk.: Modemkori hőstörténet. Egy rádióműsor és a digitális kultúra 10 éve. Budapest, Magyar Rádió, 2005.

⁵ Az NRC Marketingkutató Kft. omnibusz kutatásának részeként 2015. febr. 23. és márc. 2. között online kérdőíves módszerrel készült felmérés, amelyben 1000 fő internetezőt kérdeztek meg a kérésre. A piacutató cég mintája a magyar internetezők névlistájának reprezentatív.

⁶ Dr. Christian Vogg, az EBU rádiós részlegének vezetője szerint a rádióknak követniük kell a közönségüket és a rádió vizuálissá válik (2014). Lásd: https://www.worlddab.org/files/document/file/3127/06_WorldDMB_iTVF_2014_Christian_Vogg_EBU.pdf

⁷ Szilágyi Árpád főszerk.: Modemkori hőstörténet. Egy rádióműsor és a digitális kultúra 10 éve. Budapest, Magyar Rádió, 2005.



4. ábra

A képek megjelenése a 'Modem idők' rádióműsor webhelyén kb. 2000-ben – a hallgató küldte be a fantáziaképet (a menüben megjelent a „Képek” menüpont)



5. ábra

Az immár tudatosan képeket használó rádiós webhely 2005-ben (menüjében megjelenik a „Látnivalók” pont, ahol fotók és videók is található)

kényszeríthet azt is, hogy foglalkozzon a képekkel. A hallgatóink, akikkel egyre szorosabb (interaktív) kapcsolatba kerültünk, 1999-2000 körül kérlelni kezdték bennünket, hogy ha már létezik a műsornak weboldala, akkor tegyünk elérhetővé fotókat is (3., 4. és 5. ábra).

Úgy kezdődött, hogy szereztünk két kamerát, meg egy laptopot és két ISDN vonalat. Az egyik kamera folyamatosan mutatta „totálban” az asztaltársaságot, a másikat pedig egy operatőr srác kezelte. (...)

„A legkeményebb kritikát talán az akkori honlapunk kapta, mégpedig azért, mert alig voltak képek az oldalakon. (...) Persze sokan a Netdoktornőt szerették volna látni: vajon hogy néz ki ez a vagány, időnként nagyszájú fiatal nő, akit érdekelnek az internetes témák és jól érzi magát az asztaltársaságban? (...) Meghirdettem egy adásban a „Szonja pályázatot”⁸, aminek az volt a lényege, hogy a hallgatók képzeljék el, vajon hogy néz ki a Netdoktornő, és küldjenek be e-mailben rajzot vagy bármilyen képi montázst. A hatást jelzi, hogy még az adás idején megérkezett az első pályázati rajz (igaz, meglehetősen „pixeles” palcikaember lett), de érkezett később olyan kép is, amelyen a hölgy egy Playboy naptárról előugrott szőke díva... (...) Ezután már igyekeztünk fotókat elhelyezni a honlapra a műsor munkatársairól...”⁹

2.2. A „Látható rádió” című kísérleti időszak online videoközvetítéssel

Az internet robbanásszerű térhódításával megjelentek az olcsó webkamerák, a hallgatók pedig kíváncsian kérdezték, hogy egy internetes rádióműsor miért nem közvetíti a stúdió képét webkamerával. Mondhatjuk tehát összefoglalóan azt, hogy a mi műsorunk¹⁰ esetében a képi műfajok megjelenését a közönségünk „követelte ki” magának (6. ábra).

„(2001 augusztusában) újabb kísérletbe vágtunk bele: elindítottuk a „Látható rádió” elnevezésű kezdeményezésünket. Hallgatóink akkorra már elég sokat nyaggattak bennünket, hogy jó lenne látni az asztaltársaságot, vajon milyen arcot vágnak adás közben. (...)

⁸ Kitzinger Szonja rádiós újságíró kollegina volt a 'Modem idők' műsor Netdoktornő rovatának felelőse.

⁹ Szilágyi Árpád főszerk.: Modemkori hőstörténet. Egy rádióműsor és a digitális kultúra 10 éve. Budapest, Magyar Rádió, 2005, pp.66–67.

¹⁰ 1995-2006 között 'Modem idők' címmel, majd 2006-tól 2013-ig 'Netidők' címmel jelentkezett a Petőfi Rádióban.



6. ábra

Így nézett ki a Petőfi Rádió 'Modem idők' műsorának egyik 2001-es webkamerás élő közvetítése (az adás felvétele a YouTube videomegosztón megtalálható)

Hamar jött az ötlet, hogy vonjuk be a hallgatóknak kitalált élő játékunkba oly módon, hogy legyen olyan játékkérdés is, amelyre csak akkor lehet válaszolni, ha az illető nézi az internetes közvetítésünket. Például elhangzott adásban a telefonszámunk első három számjegye, de az utolsó négy jegyet (ami nem a megszokott számunk volt!) egy papírlapra nyomtatva mutattuk csak a kamera felé fordulva... (A kísérleteink egyébként 2002 tavaszáig folytatódtak.)¹¹

Ezek a műsorkészítői előzmények és kísérletek talán túlzás nélkül nevezhetők médiatörténeti eseményeknek, hiszen a hazai konvergens rádiózás számára modellértékű gyakorlatokat mutattak fel.

3. A médiakonvergencia és a rádiózás

Az 1990-es évek közepétől kezdve az internet elterjedése komoly mértékben alakította át a tömegkommunikáció világát, így közvetlenül hatott a rádiózásra is.

3.1. A médiakonvergencia alapja a digitalizáció

E változások mögött teljesen egyértelműen a médiakonvergencia jelensége azonosítható. „Az 1980-as évektől a kifejezést legáltalánosabban a digitális technológia fejlődésére alkalmazták: szövegek, számok, a kép és a hanganyagok integrálására, vagyis a média különböző összetevőire, amelyeket addig (...) többnyire külön-külön szemlélttek. A digitalizáció, avagy digitizáció – ahogy a 19. századi matematikában használták – egy ma is zajló, befejezetlen folyamat, amely a számítógépek megjelenésével indult el, és amelyet az 1970-es években mint a más kapcsolatokban is partnerként szereplő számítógépek és a telekommunikáció »égben kötött házasságaként« jellemeztek”¹² – olvashatjuk „A média társadalomtörténete” c. könyvben.

E folyamat kulcsa tehát az, hogy a tömegkommunikációban közvetített információk alaptípusait (szöveg, kép, hang) digitális formára (azaz végső soron bináris számsorokká) alakítják, így azokat már az eredeti információ típusától függetlenül ugyanazon a digitális csa-

tornán (távközlési kábelén vagy rádióhullámokon) keresztül lehet továbbítani a tartalomszolgáltatótól a közönséghez (és akár visszafelé is, tehát a közönség visszajelzését is digitális formában lehet továbbítani a szolgáltatóhoz), illetve ugyanazon az adathordozón lehet tárolni ezeket a számsorokká alakított információkat. Ez tehát az alapja annak a folyamatnak, ami elindította a technológiai és a tartalomipari konvergenciát is.

3.2. Konvergens tévé, konvergens rádió

„Egy sokáig népszerű és máig is elterjedt elképzelés szerint a tévé és az internet egymással összeegyeztethetetlen médiumok, s a médiarendszer fejlődése ahhoz vezet majd, hogy az internet egyszerűen »leváltja« a televíziót. Ezzel az elképzeléssel szemben ma minden jel arra mutat, hogy a két médium fejlődése egymás felé tart: a televízió »webesedik« és a web »televíziósodik«, s e konvergens folyamatok kölcsönösen támogatják és erősítik egymást. (...) A médiarendszer fejlődése lehetővé teszi a tévé és az internet médiumainak összekapcsolódását, kombinálódását. (...) A »konvergens televízió« nem a tévé és a net teljes összeolvadásából jön létre, hanem a két médium sokoldalú együttműködéséből, határterületeik összekapcsolódásából” – olvashatjuk Csigó Péter tanulmánykötetében.¹³

Az internethez közelítő, konvergens televízióhoz teljesen hasonlóan beszélhetünk a konvergens rádióról is. A kulcs itt is az internet erőteljes módosító hatása a rádióra, amely a kétféle médium egymás mellett élését, összekapcsolódását alakítja ki. A rádió is megmarad a maga jól ismert formájában, de a rádiózás élményéhez egyre inkább hozzátapadnak majd azok a lehetőségek, amiket a médiakonvergencia jelensége hoz a számára. A konvergens rádió néhány megjelenési formája: a rádiós webhely folyamatosan frissülő tartalomszolgáltatással, az interneten elérhető hangarchívum és élő adás, a rádiós újságírók által írt blogbejegyzések stb. Ebbe a sorba illeszkedik be a látható tartalmakat kínáló rádiózás is.

3.3. A látható rádió kialakulásának feltételei

A látható rádió kialakulásához a rádiós tartalomszolgáltatók meglétén kívül a technológiai és tartalomipari konvergencia értelemszerűen szükséges előfeltétel volt. A látható rádiós tartalomszolgáltatások megvalósulásának további három feltétele:

- Szükségesek a technikai eszközök a műsorkészítő oldalon (vizuális tartalom előállítás és publikálása), továbbá a közönség oldalon a vizuális megjelenítésre és rádiós műsorlejátszásra is alkalmas eszközök elterjedése.
- Ki kell alakuljanak a rádióknál a látható rádiós tartalmi szolgáltatások. Itt szóba jöhetnek állóképes és mozgóképes tartalmak, kreatív megoldások a hangzó műsortartalmak és látható műfajok összekapcsolására, élő közvetítések és archivált felvételek elérhetősége.

¹¹ Szilágyi Árpád főszerk.: *Modemkori hőstörténet. Egy rádióműsor és a digitális kultúra 10 éve.* Budapest, Magyar Rádió, 2005, pp.69–70.

¹² Asa Briggs–Peter Burke: *A média társadalomtörténete. Gutenbergről az internetig.* Budapest, Napvilág Kiadó, 2012, p.287.

¹³ Csigó Péter: *A konvergens televíziózás. Web–TV–közösség.* L'Harmattan, Budapest, 2009, pp.47–48.

- És végül szükséges a közönség nyitottsága, majd igénye is a rádióhallgatás melletti vizuális tartalmak fogyasztására.

4. Látható rádiós tartalomszolgáltatási példák

Az alábbi körkép nem a teljesség igényével készült, csupán azt igyekszik érzékeltetni, hogy már a jelenben is indulnak, működnek látható rádiós szolgáltatások. A jelenség megfigyelhető a kereskedelmi és közszolgálati rádióknál, a kis és nagy szereplőknél is.



7. ábra

Az Inforádió 'Aréna' című műsorának egyik visszanezhető felvétele (<http://indavideo.hu/profile/InfoRadio/all-videos>)

4.1. Hazai példák

Az InfoRádió nevű budapesti lefedettséggel rendelkező, kereskedelmi hírrádió Aréna című műsora évek óta elérhetővé teszi a weboldalon az elhangzott beszélgetések hangfelvételeit (ún. podcastként). A tulajdonos cégcsoport videomesztőjén, az Indavideón 2013. augusztusa óta publikálja az Aréna beszélgetéseit a stúdióban két kamerával készült videofelvételen is (7. ábra). Az Aréna aktuális témákról szóló élő interjúműsor, így a képi tartalom azt teszi hozzá a műsorhoz, hogy megfigyelhető az interjúalany arca a beszélgetés közben.

Rögtön a címlapján találja a látható rádiós tartalmakat a Music FM nevű budapesti hatókörű zenei, kereskedelmi rádió. A rádióadó honlapján egy vízszintes sávban találhatók a videós tartalmak: itt főleg a reggeli és

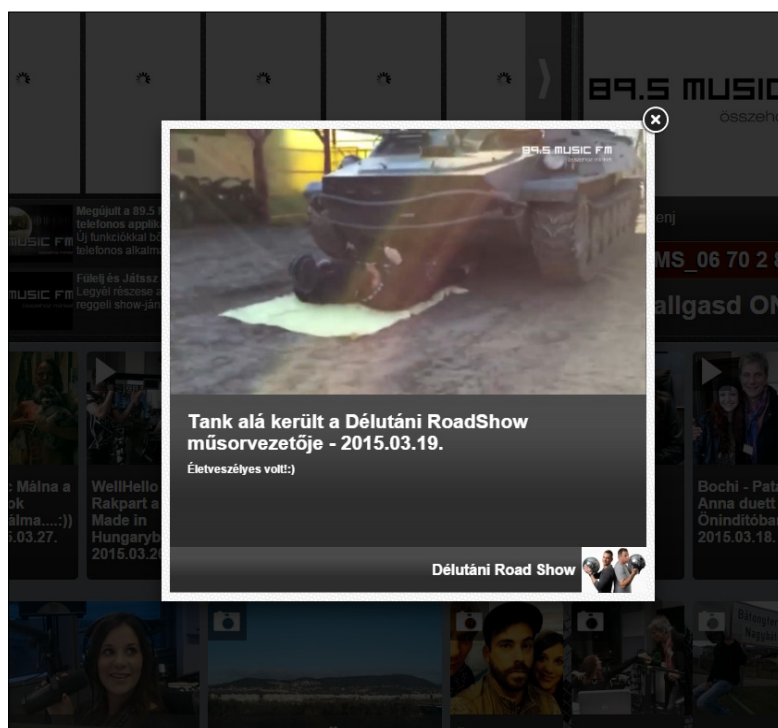
délutáni műsoruk legvidámabb pillanatait mutatják meg 2-3 perces videofelvételeken (8. ábra).

Itt nem csak a stúdióban készített műsorrészleteket láthatjuk, hanem a külső helyszínekre kitalált szituációkról is készítenek videofelvételt. A videosáv alatt látható a fotógalériák sávja, ez is látható rádiós tartalom: főként a rádióstudióban készült fényképeket lehet itt megtekinteni.

A Kossuth Rádió a közmédia szintén országos lefedettséggel működő, beszélő rádiója, amelynek webhelyén találtam látható rádiós tartalomszolgáltatást. A Belépő című kulturális magazin webkamerával közvetíti a stúdióban látható történetét és a beszélgetést (9. ábra – lásd a következő oldalon).

A szolgáltatás különlegességét az adja, hogy a látható közvetítés közönsége már a rádiós adás előtt két órával (18 óra után) megnézheti előben a műsor felvételét, melynek sugárzott hanganyaga csak 20:11-kor kerül adásba. A videoközvetítésben az interjúszituációt, a vendég gesztusait, reakcióit kísérhetjük figyelemmel.

8. ábra
Videórészlet a Music FM rádió weboldalán a délutáni műsorból (<http://musicfm.hu>)

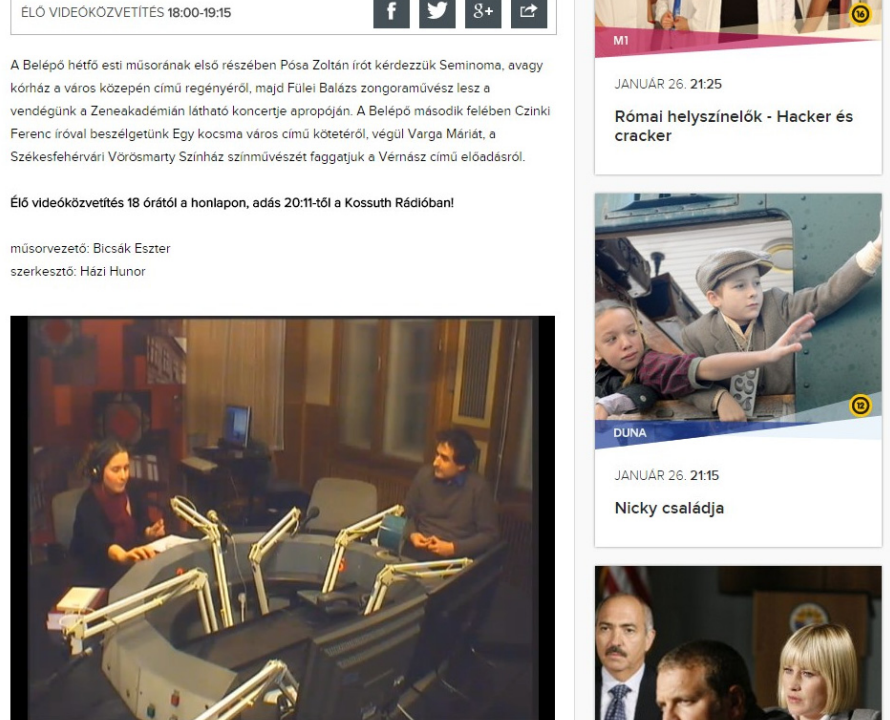


ÉLŐ VIDEOKÖZVETÍTÉS 18:00-19:15

A Belépő hétfő esti műsorának első részében Pósa Zoltán író kérdezzük Seminoma, avagy kórház a város közepén című regényéről, majd Fülei Balázs zongoraművész lesz a vendégünk a Zeneakadémián látható koncertje apropóján. A Belépő második felében Czinkai Ferenc íróval beszélgetünk Egy kocsmá város című kötetéről, végül Varga Mária, a Székesfehérvári Vörösmarty Színház színművészt faggatjuk a Várnász című előadásáról.

Élő videoközvetítés 18 órától a honlapon, adás 20:11-től a Kossuth Rádióban!

műsorvezető: Bicsák Eszter
szerkesztő: Házi Hunor



9. ábra

A Kossuth Rádió 'Belépő' című kulturális műsorának élő videoközvetítése a Mediaklikk.hu portálon (<http://www.mediaklikk.hu/kossuth/>)

4.2. Külföldi példák

A brit közszolgálati műsorszolgáltató, a BBC hivatkozási pont a digitális világhoz való igazodásban is. Például – a Petőfi Rádióhoz leginkább hasonlító adójuk –, a BBC Radio1 nevű zenei csatorna webhelyén fejlett vizuális rádiós szolgáltatásokat nyújtanak, mindegyik műsornak vannak látható rádiós tartalmak (10. ábra).

Csehország közszolgálati rádiója, a Český rozhlas (ČRo) átfogó megállapodást kötött az amerikai YouTube videomegosztóval, ahol közzéteszik a műsoraikhoz készített videotartalmakat. Így a mintegy tíz rádiócsatornájuk összes stúdiójába be lehet nézni az élőképet mutató webkamerák segítségével (11. ábra). A rádiósok beszámolója szerint hazájukban népszerűek például a reggeli műsor közben élőben be-

10. ábra
Dan és Phil, a két fiatal brit rádiós műsorvezető rendszeres videórovata a BBC webhelyén (<http://www.bbc.co.uk/radio1#video>)

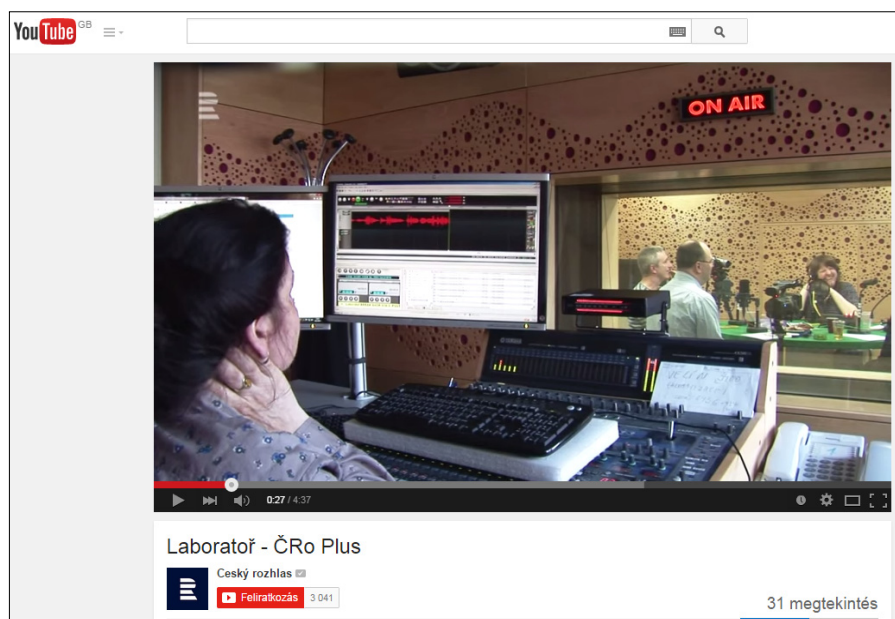


mutatott tornagyakorlatok, amiket a YouTube-on élőben és felvételről is meg lehet nézni.

5. Jelenkori kutatás a magyar internetezők körében a látható rádióról

A hazai közönség esetében egy valószínűsíthető folyamat elején járunk, de sem elterjedt eszközökről, sem általánosan alkalmazott vizuális rádiós tartalommegoldásokról egyelőre nem beszélhetünk. Ugyanakkor elmondható az is, hogy elindult a szolgáltatások befogadásához szükséges eszközök terjedése (eszközönként eltérő mértékű penetrációról beszélhetünk a dolgozat írásának idején), és a rádiós piacon is megjelentek már a látható rádiós tartalomszolgáltatások.

Az NRC Marketingkutató Kft. omnibusz kutatásának részeként 2015. február 23. és március 2. között online kérdőíves módszerrel készült felmérés, amelyben 1000 fő magyarországi internetezőt kérdeztek meg. Fontos körülmény, hogy a kutatás jellegéből következően a minta a hazai internetezőkre nézve reprezentatív, így az eredmények a hazai internetezőkre vonatkoznak. A következőkben a közvéleménykutató cég saját, a látható rádiózásról készített felmérést összegző publikációjából¹⁴ idézek:



11. ábra

A cseh közszolgálati rádió egyik beszélgetős műsorának YouTube-on elérhető videofelvétele
(<http://www.rozhlas.cz/portal/portal/>)

„A hallgatók közel fele szerint természetes, hogy a rádióműsorokhoz ma már vizuális tartalmak is kapcsolódnak, kétharmaduk pedig úgy gondolja, hogy a képi elemek megjelenítésére alkalmas eszközök használatával bővíthetnek a rádióban és a rádiózásban rejlő lehetőségek. A rendszeres rádióhallgatók egy része már ma is fogyasztja a rádiók vizuális tartalmait: 43 százalékuk nézi meg a műsorok által a Facebookra, az Instagramra vagy egyéb online felületre feltöltött fotókat, videókat vagy a webkamerás közvetítéseket – igaz, rendszeres fogyasztónak csupán 11 százalékuk tekinthető. A többség ugyanakkor arra is nyitott, hogy a jövőben rádióhallgatás közben nézzen meg a műsorhoz kapcsolódó képanyagokat; a hallgatók egynegyede pedig biztos benne, hogy lenne olyan tartalom, amit szívesen követne valamilyen képernyőn, miközben kedvenc műsorát hallgatja. Legtöbbször a stúdióba, a kulisszák mögé lennének be, de sokak számára vonzó lenne az is, ha a hírekben, beszélgetésekben említett személyekről, helyszínekről, eszközökről láthatnának képeket, illusztrálva az elhangzottakat.”

5.1. A rádió alapfunkciói

A megkérdezettek többsége tisztában van a csatorna legfontosabb jellemzőivel: például közel kétharmaduk inkább nem, vagy egyáltalán nem ért egyet azzal, hogy a rádió hátránya, hogy nem láthatóak benne az események, történések. Még nagyobb arányban vannak

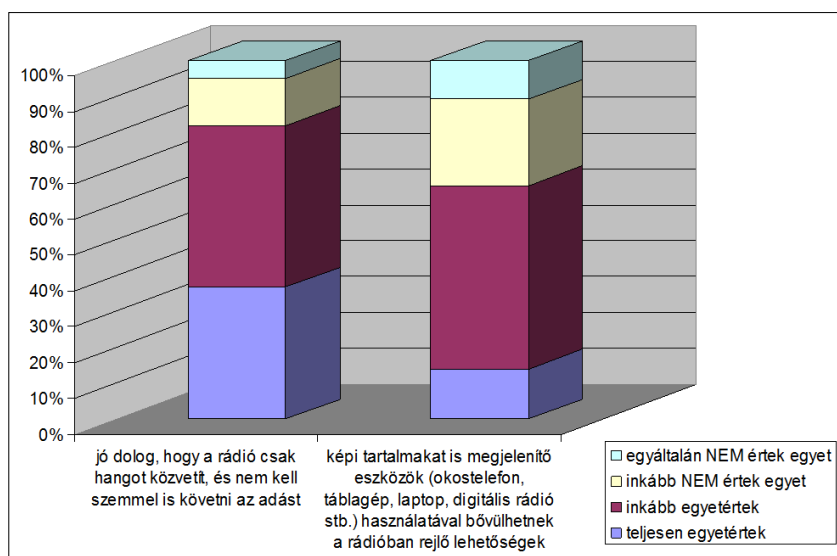
azok, akik egyetértenek azzal, hogy jó dolog, hogy a rádió csak hangot közvetít és nem kell szemmel követni az adást (12. ábra).

Mindezek mellett igaz az is, hogy a megkérdezetteknek majdnem fele (47%) egyetért azzal: természetes, hogy ma már a rádióműsorokhoz képi tartalmak is kapcsolódhatnak, továbbá 65% inkább vagy teljesen egyetért azzal, hogy képi tartalmakat is megjelenítő eszközök (okostelefon, táblagép, digitális rádió stb.) használatával bővíthetnek a rádióban rejlő lehetőségek. Ebből tehát kezd kirajzolódni egy olyan kép, hogy elindulhatott egy folyamat, ami a rádió alapfeladatát változtatlanul hagyja, de a képi eszközökkel kibővítheti a lehetőségeit.

5.2. Az okostelefon az új rádió?

Meglepetés volt, hogy az összes megkérdezett 17%-a állította magáról, hogy már hallott a képi megjelenítésre is alkalmas rádiós platformokról (a DAB-ról, a hibrid rádióról, vagy a digitális földfelszíni tévzés világában terjedő HbbTV-ről, ami rádiós tartalmakat is támogat). Az már kevésbé meglepő, hogy ennek a 17%-nak elenyésző hányada (1% körül) használja rendszeresen és 82%-a egyáltalán nem használja. Az adatokból rögtön látszik, hogy a legalább hetente rádiót hallgatók 15%-a hallgat rendszeresen okostelefonon rádióműsort, 22%-uk pedig számítógépen. (Nem véletlenül lehetett olvasni 2014-ben az EBU Smart Radio közleményében¹⁵ arról, hogy a „digitális zsebrádiók” valójában az okostelefonok lesz-

12. ábra
„Egyetért-e Ön az alábbi állításokkal?” –
NRC-közzvéleménykutatás a rádió funkciójáról



14 Marketingkutató c. szaklap, 'Innen-onnan' hírvonat. Budapest, NRC Marketingkutató Kft., 2015. tavasz

15 Szilágyi Árpád: Smart Radio: a modern zsebrádió. Blogbejegyzés a Netidők Blogtársaság oldalán, 2014. június 29.
<http://netidok.reblog.hu/smart-radio-a-modern-zsebradio> (Hozzáférés ideje: 2015. április 2.)

nek, amelyek az internetkapcsolatuk révén lekérhető hangzó tartalmakat juttathatnak el a felhasználónak, valamint megvalósítható a kétirányú interaktivitás is, ráadásul nálunk jóval elterjedtebbek, mint a digitális rádiós eszközök.)

Az adatok alapján elmondható, hogy a különféle látható tartalomfélések (képek és videók a stúdióból, a műsorkészítőről vagy a vendégről, a megbeszélte tárgyakról, a híreket illusztráló képek, adattáblák és grafikonok, képek és videók közvetített eseményekről stb.) a rádióhallgatók jelentős része számára lehet érdekes, egyik tartalomféléseknél sem tapasztalható nagyarányú elutasítottság.

Ez alapján a látható rádiós tartalomszolgáltatást fontolgató szereplőknek érdemes minél változatosabb, többféle látható tartalmat kínálni a felületein.

6. A rádiós tartalomszolgáltatás módosulása

6.1. A látható rádió nem televízió

Fontos belátnunk, hogy a rádió közeledése a képi műfajokhoz nem azt jelenti, hogy a rádiósok 60-80 éves kiséssel most felfedezik maguknak a televíziós tartalomszolgáltatást. A látható rádió esetében nem a képi tartalom a szolgáltatás alapja, hanem továbbra is a hangzó műsor. Fontos alapjellemező, hogy a rádióműsor képek nélkül is élvezhető, illetve érthető marad – egy tévéműsor esetében ez nem feltétlenül igaz.

Gondoljunk egy futballközvetítésére, amit a tévében nézve láthatjuk például a gólpasszt, miközben a kommentátor nem beszél folyamatosan, csak annyit mond, ami a nézők számára fontos lehet, hiszen a többi úgyis látják. A hangsúly a képi tartalom van. Például ha közelről mutatják a bírót, mert éppen sárga lapot ad egy játékosnak, akkor a kommentátornak nem kell mondani, hogy „sárga lap!”, mert ez látható, de hozzáteheti, hogy név szerint ki és miért kapja a büntetést. Ezzel szemben a hagyományos rádiós közvetítés esetén a kommentátor folyamatosan beszél és úgy tudósít, hogy a hallgató a képek nélkül, az ő mondatai alapján értesüljön a mérkőzés állásáról. A rádiósoknak mondania kell, ha a bírót sárga lapot mutat fel a játékosnak és el is kell mondania, hogy milyen helyzet alakult ki, ami a büntetésig vezetett.

Képzeljük el, hogy a magyar úszó éppen megnyeri a 400 méteres vegyes úszást az olimpián és ezt rádióhallgatjuk a munkahelyünkön ülve. A rádiós tudósító hangja fellelkesülten ecseteli az aranyérem-szerzést... Kinek ne lenne pár másodperce odanézni a digitális rádiókészülékre vagy odapillantani az éppen rádióként funkcionáló okostelefon kijelzőjére, hogy lássa a bajnok örömtánc arcát?

6.2. A látható rádiós fejlesztések irányai

Az eddigi gyakorlat alapján többféle modell körvonalazódik, de ezek listája természetesen bővíthet a kreatív rádiós megoldások révén. Nagyon fontos megérteni, hogy van olyan hallgatói csoport, amelynek a rádióhallgatás egyszerűsége fontos szempont, azaz bekap-

csolja a készüléket és azon már szól is a beállított csatorna – nem kell webcímet beírni, keresgélni és ide-oda kattintani. Kialakulnak majd tehát ehhez a végletekig igazodó, egyszerűen működő, látható rádiós szolgáltatások. Ez esetben az a jó, ha az adott rádióállomásra váltás után a készülék kijelzőjén minden további beavatkozás nélkül megjelenik a képi tartalom. Emellett népszerűvé válhatnak olyan szolgáltatások is, amelyek egy másik csoportra, az aktívabban kattintgató hallgatókra építenek, ezek jellemzően a számítógép böngészőjén keresztül elérhető tartalomszolgáltatások lehetnek.

A rádiós tartalomszolgáltatók jól teszik, ha folyamatosan nyomon követik a közönségük médiafogyasztási és eszközhasználati szokásait, a változó trendeket, lehetőségeket.

6.3. Jelen- és jövőkép

A médiakonvergencia napjainkban is tartó folyamata – szó szerint és átvitt értelemben – láthatóan eljutott odáig, hogy a vizuális rádió, mint a hagyományos rádiós tartalomszolgáltatást kiegészítő lehetőség átlépett a kísérletezős szakaszból a gyakorlati alkalmazás időszakába. Rendelkezésre állnak a kezdeti tapasztalatok és már bizonyos mértékű üzemeltetésre is vissza tudnak tekinteni a szolgáltatók, továbbá működnek a látható rádiós eszközök, technológiai megoldások, amelyek lehetővé teszik, hogy a közönség nyitott felét már ma is meg lehet szólítani hasznos vagy érdekes szolgáltatásokkal.

Immár az a kérdés, hogy az egyes rádiós tartalomszolgáltatóknak lesz-e kellő erejük, hogy kifejlesszék, majd fenntartsák és folyamatosan továbbfejlesszék az új és még újabb látható rádiós megoldásaikat.

A rádiós tartalomszolgáltatás tehát folytonos változásban van, de még az internetes korszak sem rombolta szét az alapfunkcióját – a szolgáltatásait viszont erőteljesen módosítja, bővíti az új digitális világ. A most kialakuló konvergencia-jelenségek (mint amilyen a látható rádió) természetesen helyet kell kapjanak a tömegkommunikáció történetében, de hogy hova jut el ez a fejlődési folyamat, és azon belül hova jut el a látható rádió fejlesztése, azt ma még nem érzékelhetjük, viszont jó lenne, ha azt is láthatnánk...

A szerzőről



SZILÁGYI ÁRPÁD 1991 vége óta dolgozik a Magyar Rádióban műsorkészítőként. 1993-tól a Reggeli csúcs műsor vezetője volt hat éven át. 1995-ben indította el önálló műsorát a Petőfi Rádióban 'Modem Idők' címmel, ami a digitális világot kívánta bemutatni a hallgatóknak közérthetően – a műsor 2006-tól 'Netidők' címmel jelentkezett és összesen 18 éven át volt jelen a közrádióban. 2014 vége óta podcast-adásokat készít Digitális Talkshow Mindenki-nek (DTM) címmel. A '90-es évek közepén fontos szerepe

volt a Magyar Rádió első internetes lépéseinek megtételében, majd a BKF-en az online újságírás tantárgy vendégoktatója volt. Jelenleg a Duna Médiaszolgáltató Nonprofit Zrt. szerkesztőjeként a Kossuth és Bartók Rádió kulturális műsoraival foglalkozik.

Irodalom

- [1] Briggs, Asa–Burke, Peter:
A média társadalomtörténete. Gutenbergről az internetig
Budapest, Napvilág Kiadó, 2012.
- [2] Csigó Péter:
A konvergens televíziózás. Web–TV–közösség.
L'Harmattan, Budapest, 2009.
- [3] EBU: EBU premieres 'Visual Radio' at European
Athletics Championships in Zurich (sajtóközlemény),
2014. augusztus 13.
<http://www3.ebu.ch/contents/news/2014/08/ebu-premiere-visual-radio-at-eur.html>
- [4] EBU: Exploiting radio's visual potential
(sajtóközlemény), 2013. október 17.
<http://www3.ebu.ch/contents/news/2013/10/exploiting-radios-visual-potenti.html>
- [5] EBU: World Broadcasting Unions encourage radio on
mobile devices (sajtóközlemény), 2014. június 17.
<https://tech.ebu.ch/news/world-broadcasting-unions-encourage-radi-17jun14>
- [6] NRC Marketingkutató: A látható rádió.
In: Marketingkutató c. szaklap.
Budapest, NRC Marketingkutató Kft., 2015. tavasz
- [7] Szilágyi Árpád főszerk.: Modernkori hőstörténet.
Egy rádióműsor és a digitális kultúra 10 éve.
Budapest, Magyar Rádió, 2005.
- [8] Szilágyi Árpád: Smart Radio: a modern zsebrádió.
Blogbejegyzés a Netidők Blogtársaság oldalán,
2014. június 29.
<http://netidok.reblog.hu/smart-radio-a-modern-zsebradio>

Call for Papers

Prospective authors are invited to submit original research papers for publication in the upcoming issues of our Infocommunications Journal.

Topics of interests include the following areas:

Data and network security
Digital broadcasting
Infocommunication services
Internet technologies and applications
Media informatics
Multimedia systems
Optical communications
Society-related issues
Space communications
Telecommunication software
Telecommunications economy and regulation
Testbeds and research infrastructures
Wireless and mobile communications

Theoretical and experimentation research results achieved within the framework of European ICT projects are particularly welcome.

From time to time we publish special issues and feature topics so please follow the announcements. Proposals for new special issues and feature topics are welcome.

Our journal is currently published quarterly and the editors try to keep the review and decision process as short as possible to ensure a timely publication of the paper, if accepted.

As for manuscript preparation and submission, please follow the guidelines published on our website:
http://www.hiradastechnika.hu/for_our_authors

Authors are requested to send their manuscripts via electronic mail (preferably) or on a CD by regular mail to the Editor-in-Chief:

Csaba A. Szabó

Department of Networked Systems and Services, Budapest University of Technology and Economics
2 Magyar Tudósok krt., Budapest 1117, Hungary
E-mail: szabo@hit.bme.hu