

СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ВЕКТОРИ ТРАНСФОРМАЦІЇ РАДІОМОВЛЕННЯ В КОНТЕКСТІ МОБІЛЬНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

У статті розглянуто платформи мобільних додатків як один із векторів розвитку радіомовлення майбутнього. Встановлено, що комунікація набуває мультиекранного характеру, а складовою системи крос-девайсу є програми, орієнтовані на надання доступу користувачів до аудіальної інформації. Особливу увагу приділено найважливішим сегментам отримання аудіальної інформації в мобільних додатках, які розвиваються в напрямі прослуховування банку різноманітних радіостанцій у межах одного додатка, за національним підходом до відбору слухачів, а також за рахунок персоналізованих програм, що розроблені на замовлення однієї радіостанції.

Ключові слова: крос-девайс, мобільна журналістика, мобільні додатки, мультиекранне середовище, радіомовлення.

I. Вступ

Модернізація системи сучасного радіомовлення постійно ставить як перед слухачами, так і перед радіостанцією нові виклики. Цьому процесу сприяє формування нової галузі знань, а відповідно поява професіоналів у сфері технологічних розробок програмного забезпечення. Радіомовлення як кожен із соціальних інститутів шукає вектор еволюційної трансформації, що стосується як виконуваних ним функцій, так і їх розширення. Відтак з появою всесвітньої мережі традиційно аудіальний канал отримання інформації для аудиторії на першому етапі значно візуалізувався. Спочатку це привело до ідентифікації «облич радіостанції», далі – до відеотрансляцій радіоэфіру, зрештою, до спілкування в режимі реального часу ведучих з аудиторією.

Тим часом технологічний поступ відбувається в геометричній прогресії, з'являються нові можливості взаємодії, наближення й презентації інформації, і все частіше слухачів за виконуваними функціями та їхніми інструментами впливу на медіаканал можемо з упевненістю називати користувачами. Кожен з них володіє настільки широкими інструментами персонального налаштування обраного медіаканалу, що для різних категорій реципієнтів один і той самий проект може виконувати найрізноманітніші функції. Водночас постійно триває робота над максимальним наближенням ЗМІ до аудиторії, практично персоніфікації коду доступу до інформації, шляхом формування унікальної інформаційної стрічки.

Незважаючи на те, що вузькоспеціалізованих досліджень з обраної тематики ще не було проведено, заслуговують на увагу розробки науковців з мобільного маркетингу та журналістики, де фахово викладено засади функціонування нового медіасередовища, що розвивається на порядок динамічніше за своїх попередників та є платформою, що акумулює власників персональних гаджетів (таких як смартфони, планшети, смарт-годинники тощо). Так, дослідженню мобільного маркетингу присвячено працю Л. Бугачова [1]; мобільні технології соціальних комунікацій в інтернет-журналістиці розглядали В. Рябічев, А. Баклан [3]; О. Костриба розмірковував на новими можливостями мобільної журналістики [2]. На порталі «Mediasapiens» О. Ярошук зробив огляд інструментів мобільної журналістики [7], а колектив авторів у складі Г. Качкаєвої, І. Кирія, В. Колодійця, Н. Лосєвої працював над окресленням причин трансформації звичайних ЗМІ в мультимедійні.

II. Постановка завдання

Мета статті полягає в розгляді соціально-комунікаційних векторів трансформації радіомовлення в контексті розвитку платформ мобільних додатків як одного з векторів поступу радіомовлення.

III. Результати

Один із векторів розвитку радіомовлення майбутнього – це платформи мобільних додатків, користувачами яких найчастіше стають власники мобільних телефонів iPhone, плеєрів iPod Touch і iPad, планшетів, персональних комп'ютерів Mac (магазин додатків «App Store» [8]), а також власники пристроїв з операційною системою Android (магазин, програми, ігри, книги, музика і фільми компанії Google тощо [9]). З різницею у два місяці з 2008 р. обидві платформи надають можливість придбати або завантажити безкоштовно на власний гаджет розширення чи програми, які умовно класифіковано на десятки категорій. Серед інших подібні сервіси пропонують й інші компанії-гіганти, такі як: «Microsoft Store», «Yandex. Store», «Amazon Appstore». Постійно

збільшують кількість відвідувань і завантажень такі платформи, як «Mobango», «Soc.io Mall», «F-droid», «GetJar» тощо.

Такі сервіси є відносно новим явищем для користувачів персональних електронних пристроїв не лише в Україні, а й у світі. Про їх популярність свідчить те, що менше ніж за десять років свого існування їхніми послугами користувалися сотні мільйонів осіб щоденно. За даними генерального директора «Google Ukraine» Д. Шоломка, на сьогодні у середньостатистичного українського користувача на смартфоні встановлено близько 30 додатків. Чверть з них він використовує щодня. За часткою завантажень лідирують гри, але темп зростання помітно знизився порівняно з попереднім роком. Сьогодні все більше українців завантажують додатки з категорій «шопінг» і «фінанси» [4]. Тож комунікація майбутнього набуває мультіекранного характеру, коли відвідувачі сайтів взаємодіють із цікавою для них інформацією на різних рівнях відображення та позиціонування.

Складовою системи крос-девайсу (можливість відображення інформації, що цікавить користувачів із різних видів гаджетів) є програми, орієнтовані на надання користувачам доступу до аудіальної інформації. Їх умовно можемо класифікувати таким чином:

1. Традиційні програвачі, в яких, крім відтворення завантажених на мобільний пристрій чи в он-лайн музичних композицій, наявна функція прослуховування радіостанцій через всесвітню мережу: «Poweramp», «PlayerPro Music Player», «Neutron Music Player», «Headset Button Controller» тощо [9].

2. Аудіомонтажні столи, де наявна обмежена лінійка інструментів для зміни параметрів відтворення та монтажу аудіофайлів, створення ремейків, конвертування формату файлу чи запису власної композиції, що найчастіше використовують для створення звукових спецефектів чи нарізки аудіофайлів («Ringtone Maker», «MP3 Cutter and Ringtone Maker», «Audio MP3 Cutter Mix Converter» тощо) [9].

3. Відтворення музики із соціальних мереж через такі додатки, як «Музыка Вконтакте», «Зайцев.нет Музыка», «SoundCloud». У подібних додатках користувачам забезпечують можливість завантажити чи зберегти музику з популярних соціальних мереж, формувати плей-листи, класифікувати музику за жанрами, підписуватись на сторінки музикантів чи прослуховувати композиції, які вподобали друзі користувача, слухати подкасти, передачі та інформаційні випуски. Наявні можливості реєструватися, створювати, публікувати композиції в соціальних мережах «Facebook», «Google+», «Twitter», «Tumblr» тощо [9].

4. Ігрові програми-симулятори, орієнтовані на аудіоконтент, починаючи від запису власної музики, міксування існуючої, різною мірою навчання гри на різних інструментах, таких як гітара («Real Guitar»), фортепіано («Perfect Piano»), барабани («Classic Drum», «Hit the Drums»), засвоєння основ діджеїнгу («Real Dj Simulator») тощо [9].

5. Аудіокнижки як формат відтворення звукових файлів, що збережені на мобільному пристрої, містяться в самій програмі при завантаженні чи завдяки доступу до всесвітньої мережі. Важливо, що в таких додатках наявний чіткий поділ слухацької аудиторії за віком: для дорослих («Audiobooks from Audible», «50000 Free eBooks & AudioBooks», «Книга вслух») та дітей («Українські народні аудіоказки», «Аудіосказки для дітей с картинками», «Аудіосказки Андерсена детям», «Развивающие аудиосказки»). Мобільні додатки надають слухачам можливість класифікувати книги (за жанрами, черговістю прослуховування, слухацькими планами тощо), завантажувати обкладинки, переглядати списки та інформацію про героїв, критику, запам'ятовувати поточну позицію відтворення, її історію, керувати відтворенням зі спорідненого пристрою чи вказати місце для збереження й відтворення файлів. Окремі програми можуть автоматично ставити аудіофайл на паузу, якщо користувач заснув, і розпочинати відтворення, коли він прокинеться.

6. Радіостанції, що як один з найважливіших сегментів отримання аудіальної інформації у мобільних додатках розвиваються в напрямі прослуховування банку різнотипних радіостанцій у межах одного додатка, за національним підходом до відбору слухачів, а також за рахунок персоналізованих програм, що розроблені на замовлення однієї радіостанції та працюють виключно для її аудиторії.

Згадуваний вище Д. Шоломка констатує, що «для того, щоб набрати мільярд користувачів, радіомовленню знадобилося 72 роки. Смартфонам і планшетах – всього п'ять» [4]. Відповідно розвивається радіомовлення в площині персональних мобільних технологій пришвидшено. Каталог вільних до завантаження програм для прослуховування банку радіостанцій представлений декількома мультинаціональними програмами, користування якими можливе в будь-якій країні світу не лише завдяки технологіям доступу, а й кількості радіостанцій, що представляють найрізноманітніші культури світу. До таких зараховуємо «MyTuner Radio», «Simple Radio by Streema», «RadioCent», «Radio.net PRIME» з можливістю прослуховування понад 40 000 радіостанцій з 200 країн світу. Інший приклад – додаток «TuneIn Radio» з доступом до понад 100 000 ефірних та інтернет-радіостанцій, подкастів, передач по всьому світу. Станом на червень 2017 р. кількість завантажень програми на сервісі «Google Play» – понад 100 млн разів. Користувач тут може обрати он-лайн потік відповідно до власного естетичного смаку та швидкості з'єднання, насолоджуватися ефіром без можливості вплинути на його хід. Фактично такі про-

грами наслідують технології традиційного радіомовлення з відмінністю у функції збереження ефіру з початку композиції, навіть якщо така потреба з'явилася вже після старту її відтворення.

Програмні додатки для мобільних пристроїв з набором національних радіостанцій користуються популярністю в різних країнах. Окрім найбільших радіостанцій у державі, у переліку радіопроектів можна побачити інтернет-радіостанції та приватні персональні радіоініціативи. Наприклад, радіостанції України представлено в програмах «Радио Украина», «Радио України», «Ukraine Radio – Ukrainian FM» тощо. Таких проектів десятки. У розділі «Online radios» (онлайн-радіостанції) на порталі «Google Play» запропоновано й інші додатки національних радіостанцій. Серед інших через завантажений додаток можна почути радіоефір як країн-сусідів України (Польщі, Румунії, Туреччини), європейських держав (Швеції, Угорщини, Португалії, Німеччини), віддалених від нас Коста-Ріки, Гаїті, Гани, Венесуели, Чилі, а також багатьох інших держав.

Можливість прослуховування улюбленої радіостанції в мультиекранному середовищі забезпечують собі радіостанції різного спрямування. Традиційне радіомовлення вимушене постійно шукати шляхи самовдосконалення та осучаснення, підтвердженням цьому можуть бути результати дослідження, проведеного громадською організацією «Інтерньюз-Україна» за підсумками 2016 р. Так, вдалося констатувати, що «аудиторія традиційних медіа суттєво скоротилася. Найбільше читачів і слухачів втратили друкована преса і радіо: 25% і 20% аудиторії відповідно або по 7 процентних пунктів. При цьому частка споживачів новин он-лайн зросла майже на чверть: з 45% до 55%» [5]. Дослідники зафіксували також і зростання довіри до онлайн-медіа на тлі його стрімкого падіння до традиційних ЗМІ: «за рік українським інтернет-медіа стало довіряти на 10% більше користувачів» [5].

Відтак нині кожна радіостанція намагається бути представленою не лише в Інтернеті, а й у площині мобільних технологій, які щороку нарощують власну аудиторію. Дослідники прогнозують, що до 2020 р. витрати на розробку мобільних технологій доступу до інформації становитимуть 84% усіх витрат на digital-рекламу [6]. Супроводжуються такі процеси постійним розширенням лінійки функцій мобільних додатків.

На базі основних платформ мобільних додатків наразі представлені більшість національних радіостанцій. Найчастіше користувачі завантажують додатки українських радіостанцій «Еуропа Plus», «Хіт FM», «Radio ROKS», «Обозреватель», «Русское радио Україна», «Мелодія FM», «Радио Вести», «Ретро FM», «KISS FM Ukrain», «Перець FM» тощо. Черговість їхнього наведення свідчить про кількість завантажень продукту від найчисленнішого до менш популярного. Ці ж цифри є підтвердженням не лише популярності радіостанції, а й виконання нею маркетингової функції в напрямі розширення кола постійних слухачів.

Заслугує на увагу й розширене, порівняно не лише з традиційним ефірним, а й інтернет-радіомовленням, функціональне навантаження на програми подібного типу, де простежується тенденція до урізноманітнення функцій сучасного радіомовлення. Користувачі мобільних персональних пристроїв після встановлення відповідного додатка однієї чи банку радіостанцій, у різних конфігураціях мають можливість розширювати позиції традиційного радіомовлення, набувати новітніх нетипових для радіоролей та здійснювати функції, що характерні для конкретного пристрою отримання та відтворення інформації.

Далі детальніше розглянемо інструментарій кожної з позицій. Так, розширення функцій традиційного радіомовлення в мобільних додатках відбувається за рахунок:

- фонового режим сприйняття радіомовлення, який виражається через відтворення радіоефіру у фоновому режимі на мобільному пристрої, що не заважає виконанню додаткових завдань користувачем;

- високої якості звучання без технічних шумів, пов'язаних зі слабким сигналом;
- перегляду програмної сітки в додатку;
- відсутності залежності від зони покриття радіосигналу, завдяки доступу до Інтернету;
- можливості вибору для відтворення одного з тематичних напрямів/форматів, наявних в ефірі радіостанції (наприклад «ЕвроХит Топ 40», «ResiDANCE», «New», «R&B» чи «Light» в додатку «Еуропа Plus». В ефірному радіомовленні композиції різних стилів звучать змішано).

Крім того, у мобільних додатках реалізовано й додаткові функції, які тільки стають частиною традиційного розуміння радіомовлення. До них, за результатами аналізу цілого комплексу спеціалізованих програм, зараховуємо:

- онлайн стримінг зі студії радіостанції;
- моніторинг оновлень версії програми та контенту з можливістю отримання сервісних повідомлень у статусному рядку на пристрої;
- перегляд інформаційної стрічки, що забезпечить виконання інформаційної та рекламної функцій радіостанцією;
- можливість підписатись на розсилку інформації (новини, подкасти, анонси, акції), що цікавить користувача, та в режимі реального часу отримувати оновлення на екран мобільного пристрою;
- здійснення покупок брендovаних товарів радіостанції чи організацій-партнерів, що забезпечує додатковий прибуток компанії;

- придбання пісні після її прослуховування безпосередньо з додатка на сервісі «iTunes Store» чи інших сервісах;
- перегляд назв композицій, що лунають/лунали за останню годину/кілька годин чи лунатимуть у радіоефірі;
- у виняткових випадках можливість запропонувати власну композицію до ефіру чи проголосувати за наявну в чарті;
- приєднатися до спільноти радіостанції в соціальних мережах чи спілкуватися з однодумцями на платформах інших сайтів;
- тематичні добірки музичних композицій до свят, подій (весільні, шкільні) чи авторські від зірок шоу-бізнесу або ді-джеїв ефіру;
- пошук файлів за категоріями музики, виконавцями, роками чи іншими аспектами відповідно до потреб та інтересів радіостанцій;
- можливість додавати у «Вибране» програми чи станції (в агрегаторах програм-банків радіостанцій);
- прослуховування окремих рубрик чи композицій за бажанням та інтересом користувача за запитом, а не в потоці;
- рекомендація в додатку схожих проектів за стилісткою, музичним чи програмним наповненням тощо;
- дописи в студію, не виходячи з додатка;
- перегляд новин, дискографії чи довідкової інформації про виконавців в окремих розділах програми;
- композицію, що сподобалася слухачеві, можна миттєво знайти на відеосервісі «YouTube» чи інших платформах, скопіювати її в буфер обміну та зберегти в закладках.

Викладений перелік не вважаємо остаточним та вичерпним, оскільки щодня з'являються програми, в яких реалізовано нові, до цього не знані чи нетипові для радіомовлення функції. Програмний простір настільки швидко розвивається та заповнюється, що складається враження, що функції в мобільних платформах обмежуються скоріше технічними можливостями пристроїв, ніж уявою розробників. Відтак, звертаючи увагу на новітні нетипові для радіо функції, що характерні для конкретного пристрою отримання та відтворення інформації, варто зупинитися на таких:

- прослуховування ефіру без навушників, як того вимагає потокове радіомовлення в мобільних пристроях;
- зміна якості звуку відповідно до швидкості з'єднання з Інтернетом у пристрої;
- автоповорот екрана;
- налаштування будильника, який замість звичного звукового сигналу відтворюватиме ефір обраної радіостанції в режимі реального часу;
- встановлення таймеру для припинення відтворення ефіру та його початку;
- платні додатки пропонують своїм покупцям можливість користування без відволікання на рекламу;
- упровадження брендovаних аудіоплеєрів (наприклад «Google Cast») в інтерфейс програми для максимально зручного для користувача відтворення;
- функція «пролистування» ефіру для прослуховування через спеціалізовані приймачі в салоні автомобіля;
- рекомендація музики своїм друзям у соціальних мережах у момент прослуховування радіоефіру чи поза ним;
- відтворення ефіру інтернет-радіостанції за допомогою технології Bluetooth з'єднання через гарнітуру і навушники, а також аудіосистему автомобіля;
- широкі можливості відображення інформації через налаштування фону, типу наведення інформацій (короткий чи розгорнутий);
- реєстрація в додатку, що дає можливість зберігати обраний контент у хмарі тегів. Крос-девайс при такому з'єднанні забезпечить доступ до збереженої інформації з будь-якого пристрою, що під'єднаний до програми;
- можливість налаштування стартової сторінки для оптимального користування найчастіше використовуваними функціями додатка;
- під час вхідного дзвінка відтворення аудіопотоку переходить у режим очікування до завершення з'єднання з абонентом;
- у програмі, що представляє банк радіостанцій, можна налаштувати конкретну хвилю, яка вмикатиметься щоразу після запуску програми;
- відтворення з «розумних годинників»/«смарт-годинників». Під час програвання назва композиції виводиться на екран гаджету, відповідно його не треба діставати з кишені.

Вдалим прикладом успішної діяльності додатка радіостанції є проект «Радіо Свобода», який вийшов на ринок мобільного маркетингу від гаслом «Радіо Свобода – це унікальне джерело новин для вашого мобільного пристрою» [9]. Про його популярність свідчать сотні тисяч завантажень, що відповідає високому рівню унікальності контенту 22 мовами (у тому числі українською),

де в інформаційній стрічці новин відображено події, що відбуваються в 36 країнах Європи й Азії. Додаток став логічним продовженням діяльності медіакомпанії, а результати творчої праці 400 штатних журналістів, 750 позаштатних співробітників і 19 локальних бюро робить наповнення додатка різновекторним на політематичним. Як зазначають у самій радіостанції, «журналісти "Радіо Свобода" надають своїй аудиторії те, чого вона не може отримати за допомогою місцевих засобів масової інформації: новини без цензури, відповідальний обмін думками, відкрите обговорення проблем» [9], а це найбільш актуально для країн, які перебувають на стадії забезпечення дотримання свободи слова.

Додаток радіостанції розроблено за всіма правилами та з урахування особливостей наведення та відтворення інформації в мобільних пристроях, де, серед іншого, розробники зробили ставку на можливість отримання як текстового, як і аудіовізуального контенту; додавання в закладки та можливість рекомендувати друзям у соціальних мережах дописів «Радіо Свобода»; налаштування новин за темами; прямі трансляції потокового радіомовлення, відеостримінгу, блогів різних типів; повідомлення про екстрені новини, які з'являються в статусному рядку гаджета; читання новин паралельно з прослуховуванням радіоефіру; зниження рівня споживання трафіку, що особливо актуально в зонах покриття низької пропускну здатності.

IV. Висновки

Мобільний додаток «Радіо Свобода», що користується популярністю в різних країнах є лише одним з великої кількості вдалих прикладів подібних розширень, які демонструють тенденцію до розвитку мобільного маркетингу в напрямі трансформації функціонального навантаження традиційного радіомовлення через набуття ним додаткових функцій та можливостей. Перспективи розвитку радіомовлення вдало вкладено в коментарі, який залишила дописувачка платформи «Google Play» в розділі радіо «Europa Plus»: «постійно радіо грає в машині, в якій я два рази в тиждень їздила додому. Набридли мені мої пісні і вирішила прослухати це радіо і на телефоні. І якось підсіла, слухаю постійно. Пісні повторюються часто, але від цього нікуди не дінешся. Загалом, радіо супер!» [9]. Тож перспективними з огляду на подальші дослідження є питання розгляду тенденцій трансформації традиційного радіомовлення в мультифункціональне медіасередовище та шляхи залучення до нього нових слухачів-користувачів.

Список використаної літератури

1. Бугачев Л. Мобильный маркетинг. Как зарядить свой бизнес в мобильном мире. Москва, 2012. 214 с.
2. Костриба О. Мобильна журналістика: нові можливості. *European Journalism Observatory*. 2015. URL: <http://ua.ejo-online.eu/2153/сфери-висвітлення/медіа-журналістика/мобільна-журналістика-нові-можливості>.
3. Рябічев В., Баклан А. Мобільні технології соціальних комунікацій в Інтернет-журналістиці. *Lviv Politechnic National University Institutional Repository*. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/67636134.pdf>.
4. «Смартфон став пультом управління життям» – погляд Дмитра Шоломка (Google Ukraine) на сучасні тренди в мобайлі. *Мобільний маркетинг в Україні*. 2016. URL: <http://www.mobilemarketing.com.ua/2016/05/18/smartfon-stav-pultom-upravlinnya-zhittyam-poglyad-dmitra-sholomk-google-ukraine-na-suchasni-trendi-v-mobajli/>.
5. Українці довіряють онлайн-платформам більше, ніж традиційним медіа. *Мобільний маркетинг в Україні*. 2016. URL: <http://www.mobilemarketing.com.ua/2016/10/17/ukra%D1%97nci-doviryayut-onlajn-platformam-bilshe-nizh-tradicijnim-media/>.
6. Чем запомнится мобильный маркетинг 2016. *Byyd.me*. 2016. URL: <http://www.byyd.me/ru/blog/2017/02/chem-zapomnitsja-mobilnyj-marketing-2016/>.
7. Ярощук О. 13 інструментів мобільної журналістики. *Mediasapiens*. 2015. URL: http://osvita.-mediasapiens.ua/mediaprosvita/how_to/13_instrumentiv_mobilnoi_zhurnalistiki/.
8. Web site «Apple Store». 2017. URL: <https://www.apple.com/>.
9. Web site «Google Play». 2017. URL: <https://play.google>.

Стаття надійшла до редакції 29.04.2017.

Гирина Т. С. Социально-коммуникационные векторы трансформации радиовещания в контексте мобильной журналистики

В статье рассмотрены платформы мобильных приложений как один из векторов развития радиовещания будущего. Установлено, что коммуникация приобретает мультиэкранный характер, а составляющей системы кросс-девайса являются программы, ориентированные на предоставление доступа пользователей к аудиальной информации. Особое внимание уделено важнейшим сегментам получения аудиальной информации в мобильных приложениях, которые развиваются в направлении прослушивания банка разнотипных радиостанций в рамках одного приложения, по национальному подходу к отбору слушателей, а также за счет персонализированных программ, разработанных по заказу одной радиостанции.

Ключевые слова: *кросс-девайс, мобильная журналистика, мобильные приложения, мультиэкранная среда, радиовещание.*

Hirina T. Social Transformation Vectors Radio Communication in the Context of Mobile Journalism

The article discusses mobile app platform as one of the vectors of broadcasting. Found that communication takes multi character. Web visitors interact with interesting information at different levels of positioning. Part of the system of cross-device program is dedicated to providing access to auditory information. Mobile applications are classified into traditional players, audio editing, playing music with social networking, gaming software simulators, audio books and radio.

Particular attention is given to the most important segments of obtaining auditory information in mobile applications. They develop in the direction of the bank diverse listening stations within a single application for a national approach to the selection of students. The development is due personalized programs designed to order the station, and work exclusively for its audience. Users of mobile personal devices after installing the appropriate application of a bank or radio stations in various configurations have the opportunity to expand the position of traditional broadcasting, acquire advanced custom radio roles and perform functions specific to the receiving device and playback information.

Attention is paid to unusual opportunities for broadcasting. They include alarm clock, timer, background playback smartphone access broadcasting schedule, online streaming, monitoring updates, view information tapes, subscription and delivery, podcasting, view the names of songs, collections of music tracks file search by categories of music performers, years or other aspects according to the needs and interests of radio stations, the ability to bookmark, play on demand, to recommend friends to the studio. This list is not exhaustive believe, because every day there are programs in which new features implemented radio.

Key words: *cross-device, mobile applications, mobile journalism, multi medium, radio broadcasting.*