

КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИХ НАУК
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Кафедра телевещания и телепроизводства

Г.Л. Арсентьева

СОВРЕМЕННОЕ РАДИОВЕЩАНИЕ РОССИИ

Учебно-методическое пособие

Казань – 2016

УДК 070; 654.191

ББК 76.031я7

Принято на заседании учебно-методической комиссии

Института социально-философских наук

и массовых коммуникаций

Протокол № 4 от 25 мая 2016 года

Рецензенты:

доктор исторических наук, профессор кафедры
телевещания и телепроизводства КФУ **Р.В. Даутова**;
кандидат филологических наук, доцент кафедры
телевещания и телепроизводства КФУ **Л.Р. Хузеева**

Арсентьева Г.Л.

Современное радиовещание России: учебно-методическое пособие /
Г.Л. Арсентьева. – Казань: Казан. ун-т, 2016. – 75 с.

Учебно-методическое пособие содержит программу, методические
указания к освоению курса, практикум, включающий творческие задания для
студентов, обучающихся по направлению «Телевидение».

Для студентов и преподавателей, работающих по программам подготовки
специалистов в области телевидения.

© Арсентьева Г.Л., 2016

© Казанский университет, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Цели и задачи освоения дисциплины	6
Место дисциплины в структуре ООП ВПО	6
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	7
Распределение содержания курса по темам и видам работ	8
Содержание курса	10
Тематика лекционных занятий	10
Планы практических занятий	12
Методические рекомендации к освоению курса	16
Лекционный материал	20
Оценочные средства контроля знаний	62
Экзаменационные вопросы	63
Рекомендуемая литература и источники	65
Приложения	67
Приложение 1. Тест по теме 1	67
Приложение 2. Задания для оценочной формы контроля	71
Приложение 3. Образец титульного листа	74

ВВЕДЕНИЕ

Радиовещание в России сегодня подвержено общим тенденциям изменений и развития электронных и иных СМИ, наиболее заметными из которых являются оптимизация и переход в цифровой формат. Исторически так сложилось, что электронные средства массовой информации, в группу которых входит радиовещание, находятся в прямой зависимости от технического прогресса и технологий, являющихся неотъемлемой частью самого процесса вещания. Поэтому, развиваясь вслед за технологиями, радиовещание приобретает новые черты и формы, трансформируя методы взаимодействия с аудиторией как в системе в целом, так и в рамках каждой конкретной радиостанции.

В этих условиях для эффективной работы на радио журналисту необходимо ориентироваться в системе радиовещания России, уметь анализировать процесс организации радиовещания не только на федеральном, но и региональном, а также местном уровнях. Данное пособие разработано для того, чтобы помочь бакалавру Высшей школы журналистики Казанского (Приволжского) федерального университета обрести знания и навыки в области развития современного радиовещания страны, научиться оперировать профессиональной терминологией, понимать процессы, происходящие в развитии современного радио, выявлять тенденции и строить прогнозы относительно будущей судьбы радиовещания в целом.

Дисциплина «Современное радиовещание России» дает возможность получения дополнительных теоретических знаний и практических навыков, с помощью которых студент не только развивает имеющиеся у него теоретические и практические навыки, но и усиливает профессиональные компетенции, способные выделить его как грамотного специалиста.

Для высокой результативности курса необходимо выполнение ряда требований к освоению дисциплины. Среди них систематическое изучение теоретического материала, выполнение рекомендуемых практических и творческих заданий. Приветствуется способность изучающего данный курс к

анализу и синтезу полученных знаний, умение применять их на практике, использовать в творческой самореализации.

В процессе обучения проводятся занятия, которые включают в себя практические задания и контрольные работы, а также теоретический (лекционный) материал. Курсом предусмотрены обсуждения актуальных проблем современного радиовещания России, тенденции развития радио в стране.

Содержание курса основано на теоретических знаниях, полученных при изучении смежных дисциплин: истории отечественного радиовещания, основ радиожурналистики, теории и практики радиовещания. Все они так или иначе посвящены становлению и развитию средств массовой информации России; данный курс расширяет и дополняет общую систему знаний об отечественном радио.

Особенностью данного курса является также и то, что он включает в себя теоретическую и практическую часть, посвященную развитию регионального и местного радио как элемента российской системы радиовещания. Учитывая то, что сетевое радио сегодня составляет основу коммерческого радиовещания в нашей стране, региональное и местное радио окончательно структурируют и формируют систему в целом. Поэтому один из разделов настоящего курса полностью посвящен региональному радиовещанию, которое имеет свою специфику. Это поможет будущим выпускникам показать себя грамотными специалистами не только на центральных радиоканалах, но и в регионах, у себя дома.

Пособие содержит как программу курса «Современное радиовещание России», так и систематизированный учебный материал, выстроенный с учетом всех требований и соответствующий российским реалиям. Углубить и расширить знания в области отечественного радиовещания помогут списки учебной и научной литературы, которые даны в пособии.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель курса состоит в том, чтобы познакомить бакалавров с особенностями, функциями и методами работы современных российских радиостанций, научить анализировать их деятельность, ориентироваться в тенденциях развития современного радиовещания России.

Задачами курса являются:

- овладение знаниями относительно функционирования системы современного российского радиовещания;
- получение навыков анализа деятельности российских радиостанций;
- получение знаний о классификации современного радио России;
- овладение способностью ориентироваться в картине современного радиовещания, понимать причины образования того или иного контента радиостанции;
- овладение способностью выявлять основные тенденции развития современной радиостанции в стране.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Данный курс включен в вариативную часть, дисциплины по выбору основной образовательной программы 42.03.04 - Телевидение.

Теоретические разделы дисциплины, изучаемые в рамках курса, коррелируют с такими общепрофессиональными и специальными дисциплинами, как система средств массовой информации России, основы радиожурналистики, экономика журналистики. Объективно, более полноценное усвоение материала курса «Современное радиовещание России» гарантировано после изучения вышеперечисленных дисциплин.

Для изучения дисциплины необходимы знания, навыки и компетенции, полученные бакалаврами в рамках изучения дисциплин общепрофессионального, социального, экономического профиля («Введение в

экономику журналистики», «Основы радиожурналистики», «Основы творческой деятельности журналиста», «Введение в специальность и система средств массовой коммуникации», «Новые информационные технологии в журналистике» и др.).

Дисциплина осваивается на 4 курсе, в 8 семестре. Форма итогового контроля – экзамен.

КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

общекультурные:

способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).

общепрофессиональные:

готовность к повседневному открытому многоуровневому коммуникативному взаимодействию, свободному владению различными видами информационно-коммуникативного воздействия, к неискажающему преобразованию исходной информации и владению навыками информационной борьбы (ОПК-4).

профессиональные:

способность создавать, редактировать, трансформировать и оценивать текстовый, аудио-, видео- или интернет-материал, предназначенный для телевещания и распространения в средствах массовой информации, приводить его в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми на телевидении и в средствах массовой информации разных типов (ПК-1).

Обучающийся, завершивший изучение дисциплины:

1) должен знать:

- этапы развития современного российского радиовещания;
- организационные принципы работы государственных и коммерческих радиостанций;
- организационные принципы работы федеральных, региональных и местных радиостанций; актуальные проблемы современного радиовещания страны.

2) должен уметь:

- ориентироваться в системе современного радиовещания России; применять полученные знания при работе на радио;
- структурировать радиостанции отдельно взятого города, региона и страны в целом;
- анализировать работу отдельной радиостанции применительно к системе СМИ России;
- определять формат радиостанции.

3) должен владеть:

- навыком типологизации и систематизации современных радиостанций России;
- навыком определения типов Интернет-радиостанций;
- основными понятиями и терминами, применяемыми в современном радиовещании.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СОДЕРЖАНИЯ КУРСА ПО ТЕМАМ И ВИДАМ РАБОТ

Во время изучения дисциплины студенту предстоит усвоить значительный объем материала, сочетаая различные виды деятельности.

Таблица

Тематика и виды работ

№	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Само- стоя- тельн ая рабо та
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Становление и развитие современного радиовещания в России	8	1	2	4	0	8
2.	Тема 2. Система радиовещания в РФ	8	2	1	2	0	4
3.	Тема 3. Организационные принципы радиовещания в России	8	3	1	2	0	4
4.	Тема 4. Государственное радиовещание в РФ	8	4	1	4	0	8

5.	Тема Коммерческое радиовещание в России	5.	8	5	1	4	0	10
6.	Тема Региональное и местное радиовещание России	6.	8	6	1	2	0	10
7.	Тема Актуальные вопросы радиовещания РФ	7.	8	7	1	2	0	6
8.	Тема Современные информационные технологии в российском радиовещании	8.	8	8	2	2	0	8
	Всего			10	22	0	58	

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Тематика лекционных занятий

Тема 1. Становление и развитие современного радиовещания России.

Краткий экскурс в историю: зарождение и развитие радиовещания в 20 веке. Влияние технических новшеств и технологических прорывов нового столетия на работу отечественных радиостанций. Тенденции развития радиовещания в 90-е,

нулевые и 10-е годы. Взаимодействие волнового радио и новых компьютерных технологий, Всемирной сети. Функционирование «обычного» радио на фоне стремительного развития радиостанций в Интернете, мультимедийного музыкального контента.

Тема 2. Система радиовещания в РФ. Деление российского радио по некоторым типам: учредителя, территории вещания, целевой аудитории. Сетевые коммерческие радиостанции. Государственные и межгосударственные радиостанции. Федеральное, региональное и местное радиовещание. Русскоязычные и национальные радиостанции. Форматирование радиостанций как новая ветвь в системе современного российского радиовещания.

Тема 3. Организационные принципы радиовещания в России. Распределение частотного диапазона. Процесс лицензирования радиостанций. Иерархия и взаимодействие радиостанций внутри единой коммерческой сети. Радиостанция как единица медиахолдинга. Основные принципы и отличия работы самостоятельной радиостанции. Понятие радиокомпании-спутника. Построение работы государственного радиоканала. Особенности национального радио. Всероссийские конкурсы в сфере радиовещания.

Тема 4. Государственное радиовещание в РФ. Определение государственной радиостанции. Типы государственных радиостанций. Международное радиовещание в РФ. «Голос России». Радиостанция «Радио России». Информационный и музыкальный типы вещания, представленные государственными радиоканалами. Функции государственного радиовещания.

Тема 5. Коммерческое радиовещание в России. Сетевые, холдинговые и самостоятельные радиостанции. Принципы работы коммерческого радиоканала. Узкое и широкое форматирование как фундаментальный принцип работы коммерческой радиостанции. Профессии на коммерческом радио. Особенности программирования коммерческой радиостанции. Функции коммерческого радио. Экономические основы работы радиоканала. Музыкальный контент как основа российского коммерческого радио. Ведущие на радио.

Тема 6. Региональное и местное радиовещание России. Особенности региональных и местных радиостанций, их отличие от федерального радио. Национальная компонента в программировании регионального радио. Местный радиоканал в системе региональных СМИ. Экономические и социальные особенности региональных и городских (сельских) радиостанций. Профессиональные амплуа на региональном радио. Уникальность местного радиоконтента.

Тема 7. Актуальные вопросы радиовещания РФ. Особенности российских радиоформатов. Смешение и дробление современного радиоэфира. Взаимопроникновение формата и типа радиовещания в России. Характерные черты российских радиоведущих как фронтменов радио. Продюсирование радиопрограмм и продвижение радиостанций. Как зарабатывают радиостанции? Экономические основы радиовещания России.

Тема 8. Современные информационные технологии в российском радиовещании. Зарождение и развитие российских радиостанций в Интернете. Версионные сайты оффлайн-радиостанций. Типы версионных сайтов. Радио он-лайн. Виды Интернет-радио. Альтернатива радиостанциям в Интернете. Дополнительные возможности радио в Интернете. Основы web-программирования и взаимодействие web-разработчиков с администрацией и творческими сотрудниками радиостанций. Сходства и отличия одной и той же радиостанции в FM-диапазоне и в Интернете. Соответствие версионного сайта основному радио.

Планы практических занятий

Тема 1. Становление и развитие современного радиовещания России

Дискуссия на тему «Перспективы развития радиовещания. Переход к цифровому радио». Проводится в аудитории. Выберите форму дискуссии: защита индивидуального мнения или мнения группы. В первом случае предлагается дискуссия в виде круглого стола, в котором участвуют 4-5 студентов, имеющих полярное мнение по теме. «Аудитория» из оставшейся

части группы задает вопросы, ведет дискуссию модератор, выбранный группой. Во втором случае группа разбивается на подгруппы (2-3), каждая из которых отстаивает свою точку зрения. По возможности, дискуссия записывается на видеокамеру. При просмотре видео в группе оцениваются следующие показатели:

- 1) Активность студента или группы студентов;
- 2) Умение доказывать свою точку зрения, не нарушая границ темы;
- 3) Общий вывод дискуссии: чья точка зрения была более доказательной.

Тема 2. Система радиовещания в РФ

А. Подготовьте небольшие сообщения по темам:

- 1) Федеральное и региональное радиовещание;
- 2) Сетевые радиостанции;
- 3) Международные радиостанции.

Б. Прослушайте программу «Новости» на радиостанции «Серебряный дождь» и программу «Новости» на радиостанции «Эхо Москвы в Казани». Дайте ответы на вопросы:

- Какова основная тематика прослушанных выпусков новостей?
- Чем отличается порядок употребления новостных тем в этих выпусках?
- В чем отличие в манере ведения новостей в представленных программах?

Тема 3. Организационные принципы радиовещания в России

А. Подготовьте сообщения по следующим темам:

- 1) Деление радиостанций по типу учредителей (государственное и коммерческое радио);
- 2) Деление радиостанций по территории охвата;
- 3) Деление радиостанций по целевой аудитории;
- 4) Деление радиостанций по типу и формату вещания.

Б. Дайте полную классификационную характеристику следующим радиостанциям: «Европа Плюс», «Русское радио», «Record», «Эхо Москвы», «Маяк», «Авторадио», «Мир», «Юмор-FM».

Тема 4. Государственное радиовещание в России

А. Подготовьте сообщения по следующим темам:

- 1) Структура ВГТРК;
- 2) Принципы работы государственных радиостанций.

Б. Назовите и охарактеризуйте одну из региональных государственных радиостанций. Дайте ответы на следующие вопросы:

- Какие цели преследует эта радиостанция?

- В чем, по-вашему, стратегия ее работы?

- В чем особенность эфира выбранной вами радиостанции: как работают в эфире ведущие, какую роль играет слово – доминирующую или подчиненную, какова тематика передач.

Тема 5. Коммерческое радиовещание в России

А. Подготовьте сообщения по следующим темам:

- 1) Структура и особенности работы сетевых радиостанций;
- 2) Рейтинги и замеры аудитории радиостанций;
- 3) Экономическая составляющая деятельности коммерческого радио.

Б. Назовите и охарактеризуйте одну из региональных коммерческих радиостанций. Дайте ответы на следующие вопросы:

- Какова цель работы коммерческого радио, в чем его основная стратегия?

- Какую роль играет музыка в эфире – доминирующую или подчиненную?

- Какова роль ведущего эфира? В чем особенности манеры его поведения в эфире?

- Каков общий темп эфира? Как часто передачи сменяют одна другую?

Каков их хронометраж?

Тема 6. Региональное и местное радиовещание России

А. Подготовьте сообщения по следующим темам:

- 1) Коммерческие и государственные радиостанции в рамках регионов;
- 2) Национальные радиостанции;
- 3) БИМ-радио как пример успешной местной радиостанции.

Б. Прослушайте часовой отрезок эфира национальной радиостанции «Болгар радиосы». Дайте ответы на следующие вопросы:

- В чем основное отличие национальной радиостанции от других радиостанций, вещающих в рамках одного региона (в данном случае, Республики Татарстан)?
- Как можно охарактеризовать работу ведущих на национальной радиостанции?
- Какие радиопередачи прозвучали в прослушанный вами часовой отрезок эфира? Каков их хронометраж?

Тема 7. Актуальные вопросы радиовещания РФ

А. Подготовьте сообщения по следующим темам:

- 1) Форматы радиостанций. Смешанное форматирование на российских радиостанциях. Причины и следствия смешанного форматирования;
- 2) Переход на цифровое телевещание в России. Судьба аналоговых радиостанций в рамках РФ.

Б. Определите точный формат и субформат следующих радиостанций: «Европа Плюс», «Авторадио», «Шансон», «Хит-FM», «LOVE-радио», «DFM», «Ретро», «Татар радиосы», «БИМ-радио».

Тема 8. Современные информационные технологии в российском радиовещании

А. Подготовьте сообщения по следующим темам:

- 1) Интернет-версии российских радиостанций;
- 2) Интернет-радиостанции как самостоятельная единица в системе СМИ РФ.

Б. Изучите версионные сайты радиостанций «Курай», «Серебряный дождь», «Relax», «Record». Дайте ответы следующие вопросы:

- К какому типу относятся сайты перечисленных радиостанций? Выделите характерные типологических черты этих сайтов.

- Сколько эфирных кнопок имеют указанные сайты? О чём это говорит?

Рассуждение в аудитории на тему «Интернет-радио как радио будущего».

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ОСВОЕНИЮ КУРСА

Освоение курса «Современное радиовещание России» предполагает наличие у бакалавров базовых знаний по теории и методике журналистики, основам радиожурналистики, системе средств массовой коммуникации. Наибольшую сложность при изучении дисциплины может вызвать необходимость анализировать и прогнозировать развитие современных российских радиостанций, так как их функционирование подвержено постоянной трансформации в зависимости от развития техники и технологий. Поэтому очевидно, что имеющаяся фундаментальная база способна помочь в распознавании тех или иных изменений и своевременной их фиксации.

Залогом успешного освоения дисциплины является не только тщательное изучение научно-теоретической литературы и периодики, но и регулярное прослушивание радиостанций, внимательное и вдумчивое наблюдение за изменением функционирования радиочастот и программ внутри каждой конкретной радиостанции.

Общие методические рекомендации

1. В рамках данной дисциплины обучающиеся посещают лекции, на которых слушают радиостанции и учатся анализировать работу каждой из них.
2. Главная задача обучающихся – научиться применять на практике полученные теоретические знания. Для эффективности результата каждый обучающийся должен подробно знать и четко понимать систему современного радиовещания России, получать основные сведения о технологических процессах на радио, самостоятельно участвовать в анализе работы той или иной радиостанции.
3. Все работы сдаются обучающимися в строго отведенные сроки, без уважительной причины в другие сроки не принимаются. Результаты

контрольной и письменных домашних работ обсуждаются на занятиях, где одновременно происходит разбор и исправление ошибок.

4. Тест по теме 1 (см. Приложение 1) выполняется в течение 20 минут и сдается преподавателю в аудитории. Выполнение данного теста дома не предусмотрено.
5. Темы 4 и 8 предполагают единую письменную домашнюю работу, которая состоит из двух частей, по одной части к раскрытию каждой темы (см. Приложение 2). Объем работы должен соответствовать полному раскрытию проблемы и содержать детальный анализ и государственной радиостанции, и ее версии в Интернете. Важно, чтобы эти два анализа не существовали отдельно друг от друга, а были единым целым, но при этом представляли бы собой сравнительную характеристику. Данная работа имеет несколько обязательных пунктов, но, в целом, может быть выполнена и оформлена на усмотрение обучающегося: творческий подход к выполнению работы оценивается дополнительно.
6. Работа по теме 5 является наиболее трудоемкой и объединяет в себе основные знания по курсу (см. Приложение 2). Поэтому обучающимся рекомендуется подойти к ее выполнению со всей серьезностью и выполнить подробный анализ формата предложенной (или выбранной самостоятельно) радиостанции строго по имеющемуся плану. Каждый вывод должен быть подкреплен примером.
7. Работа по теме 6 выполняется в реферативной форме с элементами анализа (см. Приложение 2). Региональные и местные радиостанции для работы обучающиеся выбирают сами. Преподавателем даются основные пункты мини-исследования, которые обязательно должны присутствовать в данной работе.
8. По теме 8 обучающиеся письменно выполняют аудиторную контрольную работу (см. Приложение 2). Она предполагает мини-срез знаний, полученных при изучении темы, поэтому ответы на

поставленные преподавателем вопросы должны быть емкими, четкими, с применением терминологической лексики, определениями понятий и примерами.

Методические рекомендации при работе над конспектом лекций

В ходе лекций необходимо конспектировать предлагаемый материал. Во-первых, данный курс вбирает в себя несколько разделов журналистики и системы отечественных СМИ, подобранных в соответствии с требованиями рабочей программы. Литература, посвященная данному вопросу, предлагает профессиональный контент, предназначенный работникам радиостанций; лекционные же занятия совмещают профессиональные, общепрофессиональные, общекультурные компетенции. Во-вторых, при написании конспекта лучше усваивается и запоминается пройденный материал. В-третьих, конспекты лекций оказывают неоценимую помощь при подготовке к экзамену, часть которого проходит в традиционной форме по билетам.

При составлении конспекта лекции будет полезно записывать примеры, приводимые преподавателем или из собственной практики. При подготовке к экзамену умение приводить примеры является важным критерием при оценивании знаний учащегося.

Законспектированный лекционный материал поможет и при подготовке к практическим занятиям, контрольным работам и семинарам.

Методические рекомендации студентам по самостоятельной работе над изучаемым материалом и при подготовке к практическим занятиям

Практические занятия являются важной частью курса «Современное радиовещание России», так как помогают глубоко вникать в изучаемый процесс и учат анализировать работу радиостанций, а также прогнозировать тенденции развития отечественного радиовещания. Большую помощь при освоении

теоретического материала практические материалы дают в отношении темы новых информационных технологий в радиовещании.

При подготовке к практическим занятиям важно перечитать конспекты лекций, изучить предлагаемую по теме литературу, просмотреть профессиональную периодику. В таком случае практическое занятие пройдет с большей пользой и позволит сделать новые научные выводы и профессиональные находки.

Активное участие в практических занятиях говорит о том, что студент максимально готов к занятию и плодотворной работе в рамках курса. Поощряется также инициатива в отношении методов и форм проведения практических занятий, готовность к заданиям любого типа.

Методические рекомендации студентам при выполнении практических заданий

Практическим занятиям в рамках данного курса отведено основное количество аудиторных часов, поэтому они будут выполняться как в рамках обучающего процесса, так и в качестве оценочного среза знаний. Одним из основных критериев выставления минимальных баллов за работу на практических занятиях в аудитории является их посещение, т.к. присутствие на занятии уже вовлекает студента в работу над материалом курса.

Повышающим коэффициентом при выставлении баллов является соблюдение требований к практическим заданиям и высокий творческий потенциал работ. Особо поощряется активность и инициативность студента на практических занятиях.

Требования к объему и оформлению работ

При оформлении работы следует полностью и точно соблюдать библиографические и редакторские стандарты.

Письменные контрольные работы по темам 4 и 8, а также по теме 5 имеют следующие рекомендации по оформлению: объем – от 3 страниц компьютерного

набора с интервалом 1,5, шрифт Times New Roman, кегль 14, поля слева – 3 см., сверху и снизу – 2 см., справа – 1,5 см., абзацный отступ 1,25 см. Образец титульного листа дан в Приложении № 3.

Реферат-анализ по теме 6 имеет те же технические требования к исполнению; объем – не менее 5 страниц компьютерного набора. Образец титульного листа дан в Приложении № 3.

Контрольная работа по теме 8 имеет те же технические требования к исполнению; объем – 2 страницы компьютерного набора. Образец титульного листа дан в Приложении № 3.

Срок сдачи контрольных работ и реферата – последнее практическое занятие.

ЛЕКЦИОННЫЙ МАТЕРИАЛ

Тема 1. Становление и развитие

современного радиовещания России¹

25 апреля (7 мая) 1895 русский ученый Александр Степанович Попов продемонстрировал прибор под названием «грозоотметчик» и выразил надежду, что этот прибор может быть применен для передачи сигнала на расстояние без проводов. В этом же году итальянский ученый Гульельмо Маркони получил патент от английского правительства на такое же изобретение. Попов по настоянию военно-морского ведомства не патентовал свое изобретение. Принято считать, что оба ученых независимо друг от друга сделали это открытие. Разница в том, что изобретение Попов долгое время использовалось в России в военных целях. В то время как работы Маркони привлекли к радиотелеграфии внимание широких деловых кругов, поэтому получили солидную материальную поддержку.

Изначально радио было высокоеффективным средством массовой информации, потому что воспринималось посредством органов слуха, т.е. было

¹ См.: Радиожурналистика: учебник / под ред. А.А. Шереля. – М., 2005. – С.15-90.

аудиальным СМИ. В начале двадцатого века эта особенность радио позволила ему занять лидерскую позицию в части доставки массовой информации и опередить газеты. Ведь тогда большая часть аудитории была неграмотной, но именно эта часть аудитории во многих странах являлась движущей силой истории. Эту интересную особенность радио – эффективно влиять на общественное мнение – поняли руководители многих стран Европы, в США и России. С момента зарождения радиовещания в каждой стране оно приобрело неповторимые оттенки, соответствующие национальной культуре и социально-политической ситуации.

Экспериментальное вещание в России, как и в большинстве стран мира началось не с политических передач, а с радиоконцертов. При этом ценность оперативности совмещалась с возможностью охвата массовых кругов, что сразу заметил Ленин (но не Сталин, который делал упор на печать вплоть до войны). В эти годы в стране происходит взрыв радиолюбительства. Чуть позже этот процесс был урегулирован государством и взят им под контроль, создается Общество Радиопередача.

Постепенно радиовещание становится регулярным, появляется ежедневное постоянное расписание. Число радиослушателей возросло до нескольких миллионов. Имеет значение и радиофикация деревни, все это связано с тем, что население было неграмотным, и печать не удовлетворяла всех потребностей Советского государства. Развивается строительство радиосетей в республиках и национальных районах, в том числе, в Татарии.

Информационно-пропагандистские задачи выполняли радиогазеты, первая из них – радиогазета РОСТА – вышла в эфир 23.11.24 года. Она была звуковой копией печатного издания, которое читатели получали спустя два дня. В основном, содержание было таково: телеграммы, московские новости, отзывы о театре, книгах, отдел спорта, стихи, рассказы и т.д. Но стало понятно, что одна и та же радиогазета не может удовлетворить информационную потребность всей аудитории, очень разрозненной, потому постепенно радиогазеты стали делить по специфике аудитории, аудиторию стали впервые изучать и направлять передачи

непосредственно на определенный тип слушателей, таким образом, появилась целевая аудитория. Популярными стали радиотеатр и театр у микрофона.

В начале 30-х годов общество Радиопередача было упразднено, а вместо него создан в 1933 году Всесоюзный комитет по радиофикации и радиовещанию при Совете народных комиссаров. Его-то и называли Радиокомитетом. Все вопросы по радио постепенно были взяты под эгиду государственной власти.

В 30-е годы происходят изменения в социально-правовом, техническом, организационном, программном аспектах радиовещания. Например, появляется типовая недельная сетка вещания, изменяется регулирование радиовещания, возникает радиорепортаж с появления фигуры журналиста, комментирующего событие. Также в 30-е годы появляется новая форма радиожурналистики – рабоче-крестьянский университет. Люди обучались посредством радио на нескольких факультетах, каждый слушатель, выполнивший контрольные работы и задания, получал удостоверение об окончании университета.

С начала Великой Отечественной войны многие радиостанции были эвакуированы из западных в восточные районы страны. Срочно были демонтированы и переведены мощные радиостанции Москвы и других городов, находившихся в зоне военных действий. В годы войны огромную роль сыграли радиотрансляционные узлы в тылу и в прифронтовой полосе. Послевоенный период характеризуется усилением цензуры. 1 октября 1960 года Всесоюзное радио впервые стало круглосуточным. 1 августа 1964 года заработала радиостанция Маяк.

В 70-е годы наибольший интерес слушателей вызывали развлекательные, сатирические программы.

Первопроходцами в поиске новых подходов к вещанию стали журналисты радиостанций «Юность» и «Маяк». С января 1987 года по III программе Всесоюзного радио начала выходить новая утренняя передача «Юности» «Молодежный канал». Редакция возродила прямой эфир, что потребовало от ведущих умения импровизировать. Кроме того, ведущий стал формировать программу по собственному выбору и сценарию. Осенью 1986 года журналисты

«Юности» объявили в эфире номер редакционного телефона, состоялся первый телефонный сеанс связи со слушателями, аудитория откликнулась немедленно.

30 апреля 1991 года начинает вещание в FM-диапазоне радиостанция «Европа Плюс», входящая во французский холдинг. В августе 1990 года в эфире появляется «Эхо Москвы». С начала работы этих радиостанций постепенно уходит монополия государства на радиовещание.

90-е годы характеризуются активным развитие коммерческого радиовещания в стране, появляется множество региональных радиостанций, которые «выращивают» в своем эфире местных радиоведущих и радиожурналистов, отличаются особым течением эфира, региональным колоритом. В это же время происходит конвергенция радио и Интернета, что приводит к зарождению нового типа – сетевого радио, которому предстоит пройти свой уникальный путь в системе российского радиовещания.

Начало нового столетия для радио стало ярким периодом развития сетей с центральными офисами в Москве и Санкт-Петербурге и множестве «дочек» по всей России, которые строго соблюдают формат, но имеют региональные включения рекламы и программ приветов. В то же время большинство маленьких радиостанций закрылись, не выдержав конкуренции с крупными игроками. К примеру, Казань перестала слышать позывные радиостанций «Настроение», «Волга», «Пульс», «Пассаж»… При этом сегодня в татарстанской столице насчитывается более 30 радиостанций, в том числе татароязычных.

Конец первого десятилетия нового века и начало второго можно назвать переломным моментом развитии отечественного радио. В связи с переходом на цифровое вещание по всей стране, аналоговое радиовещание постепенно уступает место цифре, и сейчас пока неясно, как поведут себя небольшие локальные радиостанции, какая судьба ждет холдинговых гигантов.

Вопросы для самопроверки:

- 1) Какое открытие стало знаковым в возникновении радиовещания?
- 2) Чем характеризуются 30-е годы в развитии отечественного радиовещания?

- 3) Когда и при каких обстоятельствах государство потеряло монополию на радиовещание в нашей стране?

Тема 2. Система радиовещания в РФ

Есть три природных свойства радиовещания, обуславливающих его жизнеспособность:²

1. В структуре современных СМИ радио остается наиболее оперативным.

Ни ТВ, ни кинематограф даже на рубеже XXI века не обладают техникой, позволяющей без предварительной подготовки выходить в эфир из любой точки земного шара с рассказом о событии и явлении любого характера уже в момент начала этого события. Соответственно это обстоятельство облегчает приглашение к микрофону в качестве комментаторов наиболее актуальных и социально значимых фактов и явлений представителей общественности, государственных деятелей, авторитетных людей во всех областях знаний и, конечно же, самих участников событий. Во всем этом, как показывает мировая практика вещания, включая и российскую, радио уверенно опережает и прессу, и ТВ.

2. Из всех СМИ радио является самым удобным («неприхотливым», «комфортным») для восприятия аудиторией. Слушание радио. Как правило, не требует отказа от повседневных дел, его можно совместить и с производственной занятостью, и с бытовыми реалиями. Колossalную часть аудитории радио во всех направлениях вещания составляют автомобилисты за рулем и их пассажиры. Более того, разнообразие интересов именно этой части аудитории стимулировало значительное расширение жанрово-тематических параметров вещания (что в свою очередь способствовало увеличению числа современных форматов радиостанций, а также увеличению количества самих

² См.: Радиожурналистика: учебник / под ред. А.А. Шереля. – М., 2005. – С.106.

станций, более четкой их адресной и содержательной направленности и дифференциации).

3. Радиовещание оказывает несомненное психологическое влияние на людей. В системе СМИ радио, ориентированное прежде всего на слуховое восприятие, воздействует более других на воображение человека. Еще до появления радио было доказано, что человек в меру своих возможностей и развития ассоциативного мышления пытается перевести звуковые впечатления в зрительные. Процесс этот неизбежен, он не зависит от желания человека, ибо выражает объективную закономерность природы восприятия окружающего мира.

Классификация российского радиовещания делится на несколько подгрупп:

- Классификация по форме собственности. Радиостанции в России делятся на государственные, полугосударственные, коммерческие. К государственным относятся радиостанции, которые содержатся на средства всего общества. В их основную задачу в идеале входит удовлетворение нужд всего общества, которые по тем или иным причинам не могут быть удовлетворены частными аудиовизуальными СМИ. На практике эти радиостанции («Маяк», «Радио России») стремятся взять на себя непосильную ношу отвечать в рамках эфира одной отдельно взятой радиостанции на запросы всех и при этом самим оставаться оценщиками качества своей же собственной продукции. Полугосударственное и некоммерческое частное радиовещание состоит из радиостанций, которые финансируются частично государством, частично спонсорами (владельцами). Частично за счет рекламы. В их задачу не входит (либо входит в малой степени) коммерческая деятельность как таковая. Они изначально являются нерентабельными с финансовой точки зрения. Подобные СМИ («Болгар радиосы», Татарстан) призваны удовлетворять культурные, социальные, этнические, религиозные и пр. потребности определенного, достаточно узкого круга слушателей, сталкиваются с серьезными трудностями в области увеличения своего рейтинга, и, следовательно, в области

финансирования. Если коммерческие радиостанции, живущие, в основном, за счет рекламы, стремятся убедить нас в необходимости так или иначе потратить наши деньги, некоммерческое радио является инструментов влияния на наши взгляды и на наше мнение. При этом оно практически не обращает внимания на то, слушают его или нет, т.е. на свой рейтинг и тот факт, интересны его программы для широкой публики или нет. Коммерческое радиовещание имеет своей целью исключительно зарабатывание денег, поэтому все программы этих СМИ («Европа плюс», «Авторадио») направлены на удовлетворение вкусовых различных целевых аудиторий, чаще всего совсем невзыскательных.

- Классификация по типам радиовещания. Этот принцип часто путают с форматом, но это не формат, а соотношение в эфире информации и музыки. Информационное вещание практически не предполагает музыки в эфире. Обычно это «закольцованные» выпуски новостей с постоянным обновлением информации по мере поступления и рекламными вставками. Иногда на некоторых радиостанциях к выпускам новостей добавляются короткие ток-шоу. Такой тип радиовещания для России нехарактерен, однако он достаточно развит в странах Западной Европы и США. Информационно-музыкальное вещание характеризуется соотношением в эфире 70% информации и 30% музыки. Музыкально-информационное вещание наоборот дает в эфире 70% музыки и 30% информации. К двум вышеуказанным типам относятся большинство государственных и некоммерческих частных радиостанций. Музыкальное радиовещание предполагает, что в эфире количество информации, включая короткие рубрики, выпуски новостей и рекламу, не превышает 10-25%. Остальное – музыка. Большинство коммерческих радиостанций в РФ относятся к этому типу.

- Классификация по территории вещания. Федеральные радиостанции («Русское радио», «Эхо Москвы») охватывают территорию всей страны. Чаще всего именно они развивают такой подтип радиовещания как сетевое радиовещание: главный офис находится в Москве или Санкт-Петербурге, а города и регионы по всей стране ретранслируют радиостанцию с местными

включениями новостей, программ приветов, местной рекламой. Региональные радиостанции («Татар радиосы», Татарстан) работают на территории регионов, достигая даже маленьких деревень и поселений. Местные радиостанции работают на города или крупные поселки («БИМ-радио», Казань). К этой же классификационной группе можно отнести международные радиостанции, вещание которых переходит за границы страны и охватывает территории соседних, а иногда стратегически важных стран («Радио России»).

- Классификация по целевой аудитории. Достаточно широкая классификационная группа, предполагающая деление по целевым аудиторным группам – радиостанции для детей («Детское радио»), для автолюбителей («Дорожное радио») и т.д.

- Классификация по тематической направленности. Эта группа достаточно близка следующей классификационной группе, однако она охватывает радиостанции как информационные, так и музыкальные. В ее рамках радиостанции делятся по основным темам эфира: спортивные («Спорт FM»), радио для отдыха («Relax-FM»), юмористические радиостанции («Юмор-FM»), экономические радиостанции («РБК»), т.д.

- Классификация по формату вещания. Самая многочисленная и сложная группа. Формат – это стиль музыкальных радиопрограмм, призванный удовлетворить вкусы определенной целевой аудитории. Главным признаком определения целевой аудитории является возраст и, как следствие, социальный статус слушателей, например, 25-35 лет, 15-25 лет и т.д. Основными критериями, определяющими формат, являются стилистика звучащей в эфире музыки и имидж эфира, зависящий от многих факторов: музыкального оформления эфира (джинглы, заставки, шумы), манеры работы ди-джея, формы подачи музыкального материала, его компоновки и микширования. Самые распространенные группы форматов в РФ – Adult Contemporary («Романтика») и Contemporary Hit Radio («NRG»).

Вопросы для самопроверки:

- 1) Какие природные свойства радио обуславливают его жизнеспособность?
- 2) Каким образом классифицируется современное российское радиовещание?

Тема 3. Организационные принципы радиовещания в России³

В 2015 году Минкомсвязью была разработана «Стратегия развития телерадиовещания в Российской Федерации до 2025 года» и опубликована на сайте министерства. Основная цель этого документа – обозначить приоритетные направления развития рынка телерадиовещания. Стратегия дает описание долгосрочного развития рынка, которым могла бы руководствоваться индустрия в своей работе; содержит список ключевых событий, которые произойдут на рынке телерадиовещания в течение 10 лет. Как следует из этого документа, надежность и бесперебойность телерадиовещания обеспечит запуск космического аппарата «Экспресс-АМ8» (сентябрь 2015).

В планах развития в соответствии с представленной стратегией повышение необходимости в обеспечении надежности и бесперебойности телерадиовещания и наращивания спутниковой группировки. В связи с тем, что частотного ресурса будет не хватать, до 2025 года планируется запустить несколько пилотных проектов с совместным использованием частот.

Радиостанции постепенно прекращают вещание в диапазонах дальних (ДВ), средних (СВ) и коротких (КВ) волн. Однако, нельзя не учитывать ряд проблем, возникших в связи с прекращением вещания в этих диапазонах. После 1 февраля 2015 года вещание на средних волнах продолжили немного более 10 передатчиков ВГТРК. Все они маломощные – от 1 до 25 КВт – и обеспечивают

³ Радиовещание в России в 2015 году. Состояние, тенденции и перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fapmc.ru/rospchat/activities/reports/2016/radio.html>

возможность приема радиопередач в радиусе не более 50 километров. В начале 2016 года все передатчики были сняты с вещания.

К примеру, по информации официального информационного портала Республики Саха (Якутия), ситуация, связанная с отключением трансляции радиоканала «Радио России» в диапазоне коротких и длинных радиоволн, больше всего коснулась малочисленных народов Севера, ведущих традиционный кочевой образ жизни, а также профессиональных охотников, рыбаков, работников сельского хозяйства и многих других, что, по сути, лишило их одного из главных источников информации. Сегодня на территории Якутии ведется вещание радиопрограмм в FM-диапазоне. Данная технология основывается на принципе качественной трансляции радиосигнала в границах населенных пунктов. В силу географической специфики, на огромных территориях республики невозможно поймать сигналы радиостанций, кроме иностранных. «Поэтому, несмотря на более низкое качество вещания, КВ-радиовещание столь востребовано», - отмечает министр связи и информационных технологий Якутии Александр Борисов. Похожая ситуация сложилась в Уссурийске, Магаданской области. Нужно отметить, что и в ряде стран Европы постепенно прекращается вещание на ДВ и СВ. К примеру, в Нидерландах, Франции. В то же время другие страны пока не отключают ДВ и СВ передатчики и даже вводят в эксплуатацию новые мощности – в Ирландии, Марокко.

Приведенные примеры демонстрируют широкий спектр подходов в разных странах для развития радиовещания с учетом местных условий страны и географических особенностей отдельных территорий, степени развития инфраструктуры и предстоящего перехода на цифровой формат вещания. Актуальность развития радиовещания в современном мире, переход на цифровой формат обоснованы тем, что в век научно-технического прогресса значение радио не уменьшается. Наоборот – открываются новые перспективы для его развития. Согласно статистике ООН, сегодня в мире насчитывается более 51000 радиостанций и более 2,4 миллиарда радиоприемников. В развитых

странах возможность принимать программы радиостанций имеет, по меньшей мере, 75% всех домохозяйств.

В ходе дискуссий по поводу «Будущего радио» отдельно была отмечена важнейшая роль радио для соединения людей, в особенности, проживающих в отдаленных сообществах, и наиболее уязвимых групп населения. Подчеркнули значение, которое имеет радио при обеспечении связи в чрезвычайных ситуациях и оказании помощи при бедствиях и при обеспечении доступа к крайне необходимой информации для борьбы с заболеваниями. Радио сегодня по-прежнему самое лучшее средство охвата недоступных районов, которое играет существенную роль в развитии и распространении информации. Для пожилых и одиноких людей радио – это единственная ниточка, связывающая их с миром. Радио называют «мысленным театром», потому что оно заставляет работать наше воображение. Исследования показывают, что именно это СМИ пользуется наибольшим доверием.

Далее рассмотрим, как проходит лицензирование и конкурсное распределение радиочастот на право осуществлять эфирное наземное вещание с использованием радиочастот. Несмотря на весьма непростую общую экономическую ситуацию в стране развитие радиовещания в 2015 году продолжается и характеризуется, в том числе, большой заинтересованностью национальных и региональных радиостанций в получении лицензий на право вещания. Это проявляется в их активном участии в конкурсах Федеральной конкурсной комиссии Роскомнадзора РФ на право осуществлять эфирное наземное вещание с использованием радиочастот. Государство в лице Роскомнадзора такую возможность предоставляет, объявляя конкурсы на право вещать. По данным Роскомнадзора, по состоянию на 01.01.2016 в реестре лицензий на вещание зарегистрировано 6896 действующих лицензий, из них 3408 лицензий на осуществление радиовещания, на 7% больше, чем было в 2014 году.

В 2015 году по сравнению с 2010 годом увеличилось и общее количество действующих лицензий Роскомнадзора (на 942), и количество лицензий на право

эфирного радиовещания (на 1158 лицензий). По сравнению с 2014 годом в 2015-м общее количество действующих лицензий уменьшилось на 46, а количество лицензий на право радиовещания увеличилось на 226.

Всего в 2015 году на конкурс была выставлена 191 частота (на 88 частот больше, почти в два раза, чем в 2014 году - 103) в 62 городах России. В 12 конкурсах участвовало 656 организаций, в том числе 193 – на получение права осуществлять вещание на территории Крымского ФО. Победителями конкурсов в 2015 году были признаны 112 организаций в 57 городах страны. Больше всего частот появилось в пяти городах Крыма. Абсолютным лидером здесь стал город Симферополь. Абсолютным лидером по числу выигранных на конкурсах частот стало ООО «Наше Радио», которое выиграло 13 частот в ходе 9 конкурсов.

Поступления в Федеральный бюджет единовременных выплат за получение права осуществлять наземное эфирное вещание с использованием конкретных радиочастот в 2015 году превысили 280 миллионов рублей. Начиная с 2012 года выдача лицензий на радиочастоты проходит на конкурсной основе для городов с численностью населения свыше 100 тыс. человек.

В 2015 году прекращено действие 514 лицензий, что на 23% больше, чем в 2014 году. За пять лет (с 2011 по 2015 гг.) больше всего частот – 99 (каждая пятая частота), были выставлены на конкурс в Приволжском ФО. Анализ тематической направленности выставляемых ФКК на конкурс частот за последнее пятилетие демонстрирует явное преобладание концепций свободной направленности. Они составляли 64% от общего количества выставленных на конкурс частот с тематическими направленности в 2011 году, а в 2015 – 99%. И только одна частота была выставлена на конкурс с тематической направленностью «Литература».

Вопросы для самопроверки:

- 1) Каким образом в России осуществляется лицензирование радиочастот?
- 2) Какая стратегия по развитию радиовещания действует в настоящее время на территории Российской Федерации?

Тема 4. Государственное радиовещание в РФ

В течение десятилетий у нас в стране государственное вещание – Всесоюзное радио – в организационном плане представляло собой часть огромной структуры, на которую были возложены в полном объеме все без исключения вопросы материально-технического обеспечения вещания, планирование и подготовка передач, идеологический контроль за ними, подбор и переподготовка кадров, международные связи и руководство местными вещательными организациями.

Всесоюзное радио – группа подразделений Гостелерадио СССР, которая занималась непосредственно вещанием на страну, - состояло из Главных редакций и Программной дирекции.

Главные редакции создавались по направлениям (видам) вещания. Эти направления определялись тематическими или адресными признаками: Главная редакция информации, Главная редакция пропаганды, Главная редакция литературно-драматического вещания, Главная редакция музыкального вещания, Главная редакция передач для детей и юношества и Главная редакция вещания для молодежи (радиостанция «Юность»).

Для государственного вещания эти образования были очень прочными, т.к. обусловливали четкую специализацию журналистов, а также жесткий контроль за содержанием передач. После ликвидации Всесоюзного радио некоторые Главные редакции преобразовались в коммерческие радиостанции, сохранив принадлежность к тому направлению вещания, которое они реализовывали прежде. На базе музыкальной и детской редакции появилось «Радио 1 - Культура», «Маяк» и радиостанция «Юность» после долгих организационно-творческих блужданий и реорганизаций стали единой коммерческой станцией, но внутренние свои структуры они практически сохранили, хотя значительно сократили число работников.⁴

⁴ См.: Радиожурналистика: учебник / под ред. А.А. Шереля. – М., 2005. – С.359-360.

Отметим, что структура государственных вещательных организаций сохранилась и в своей основе, главная радиокомпания страны «Радио России» в организационном плане копирует структурные признаки и принципы бывшего Всесоюзного радио, несколько снизив статус отдельных подразделений, которые называются отделами и иногда «студиями».

Переход к бесцензурному вещанию для государственного радио, конечно, означал принципиальные изменения в процессе подготовки передач. Постепенно сокращался, а в ряде случаев и исчезал процесс многоступенчатого визирования: стало вполне достаточно подписей редактора и одного из руководителей станции; в абсолютном большинстве запись, не имеющая текста, не требует расшифровки; проблемы обсуждаются в случае возникновения конфликта лишь на основе звукозаписи с эфира, если она велась.

Что касается традиционных принципов программирования вещания, то один из самых главных – тематическое планирование – по-прежнему остается в практике современного радио, но, конечно, не в столь всеобъемлющем виде.⁵

Тематическое планирование – это соответствие содержания передач дня, недели, месяца календарю исторических событий и пропагандистско-рекламных мероприятий. Сначала формируется сетка вещания, т.е. расписание передач на день, неделю, месяц. В ней обозначены часы и дни определенных жанрово-тематических рубрик, рубрикация при этом стабильна и постоянна. Она вырабатывается на каждый день или на определенный период достаточно тщательно для того, чтобы учесть интересы всех структурных подразделений вещательной организации и, насколько это возможно, интересы аудитории.

После того как сетка вещания разработана, начинается ее заполнение. В зависимости от концепции всей деятельности станции ее руководство утверждает список событий, которые должны быть отмечены в передачах сразу всех направлений или по отдельности – силами информационных, общественно-политических или художественных редакций. Прежде всего, сюда попадают

⁵ См.: Радиожурналистика: учебник / под ред. А.А. Шереля. – М., 2005. – С. 362.

юбилеи общенационального характера – День Конституции, День защитника Отечества, Международный женский день и т.д., затем важнейшие общественно-политические мероприятия, например, выборы. Затем, и это самый длинный список, юбилеи выдающихся деятелей прошлого и современности – очередное «-летие» Пушкина. Моцарта, Наполеона, Солженицына, создателя атомной бомбы и т.д. по вкусу руководства станции. И только после этого приведенная выше сетка вещания приобретает жанровое тематическое наполнение.⁶

На первый взгляд такое планирование весьма логично, т.к. позволяет предусмотреть все мало-мальски значимые события и ситуации общественной жизни. Однако пользоваться этим принципом нужно очень осторожно, потому что на практике он приводит к анекдотическим нелепостям, т.к. освобождает большинство программистов от ответственности и от инициативы.

Многочисленные функции радиовещания правомерно сгруппировать следующим образом:

1. Информационные: информационная функция, рекламная.
2. Обеспечивающие социальное управление обществом: интегративная функция, функция выражения и формирования общественного мнения, функция общения, воспитательная, агитационно-пропагандистская, организаторская.
3. Культурно-просветительские: эстетическая, просветительская, рекреативная.

Важно подчеркнуть, что изменения государственного строя, социальной и нравственной атмосферы выводят на первый план одни и уводят в тень другие; соответственно, одни функции в определенный период времени занимают доминирующее положение, а другие сходят на нет. Так, при тоталитарных режимах нивелируется значение информационной функции, просветительских задач, тогда как функции радиовещания, связанные с коллективной пропагандой, коллективной агитацией и коллективной

⁶ См.: Радиожурналистика: учебник / под ред. А.А. Шереля. – М., 2005. – С.363-364.

организацией масс, с интеграцией общества, формированием общественного мнения, становятся превалирующими. При демократическом развитии жизни общества усиливаются информационная, просветительская и другие функции, связанные с предоставлением аудитории максимального объема разнообразных сведений о жизни.

Говоря о государственном радиовещании, нельзя не упомянуть роль и значение международного радиовещания для страны. В рамках страны – субъекта вещания международное радиовещание является важной частью системы национальных СМИ. В то же время оно представляет собой элемент системы глобального обмена информацией, включающей также печать, ТВ, туризм, разного рода международные связи и организации, дипломатические каналы.

Становление и эволюцию международного радиовещания в России нельзя рассматривать в отрыве от сложного, противоречивого и трагического пути, который прошли страна и народ. Многие работники вещания на зарубежные страны в советские годы стали жертвами репрессий, коллектива иновещания, также, как и журналисты печати и Всесоюзного радио, постоянно находился под жестким идеологическим прессингом партийных органов. Материалы иновещания, как и других СМИ, проходили строжайшую многоступенчатую цензуру.⁷

Новый постсоветский период в истории отечественного иновещания начинается в 1991 году после распада СССР и образования Российской Федерации. Организационно на первых порах Международное Московское радио еще оставалось частью общей государственной вещательной структуры.

В декабре 1993 года создается Российская государственная радиовещательная компания «Голос России». В это время иновещание переживает большие трудности, вызванные сложным экономическим положением страны: резко сократилось финансирование вещания, значительно

⁷ См.: Радиожурналистика: учебник / под ред. А.А. Шереля. – М., 2005. – С.422-423.

уменьшился его объем, из зарубежного радиовещания ушли многие профессионалы. И все же, несмотря на все трудности переходного периода, «Голос России» остался одной из крупнейших и наиболее слушаемых радиостанций мира.

По объему и количеству языков вещания «Голос России» вместе с BBC, «Голосом Америки», «Немецкой волной» и «Радио Франс Интернасьональ» входит в первую пятерку наиболее влиятельных радиостанций мира и прочно занимает третье место среди лидеров мирового эфира. Среднесуточный объем вещания РГРК «Голос России» составляет 67 часов, передачи звучат на 32 языках. Основная масса программ идет в эфир из Москвы.⁸

Представительство российского радиовещания за рубежом в последние годы незначительно сократилось. Однако российские радиостанции, по-прежнему, широко представлены в странах ближнего зарубежья (в Украине, в Казахстане, Белоруссии, Молдавии, Приднестровье, Кыргызстане, Таджикистане, Латвии, Литве, Эстонии, Армении).

Количество точек вещания российских радиостанций за рубежом практически не изменилось в 2015 году, за исключением радио Ретро ФМ, у которого стало на 2 точки вещания меньше. И 6 точек вещания стало у «Нового радио». Радио *Sputnik*, входящее в мультимедийную группу *Sputnik* (МИА) «Россия сегодня» вместе с новостным агентством, осуществляет круглосуточное информационно-аналитическое вещание более чем в 20 странах. *Sputnik* включает в себя сайты, аналоговое и цифровое радиовещание для местной аудитории, мобильные приложения и страницы в социальных сетях.

Радиостанция «Орфей» продолжила работу в 2015 году по увеличению охвата и расширению зарубежной аудитории по линии Европейского Вещательного союза (EBU). В 2015 году радиовещательные организации уже из 30 стран запросили для размещения в своем эфире значительное количество продукции, производимой Российским государственным телерадиоцентром

⁸ См.: Радиожурналистика: учебник / под ред. А.А. Шереля. – М., 2005. – С.426.

(РГМЦ), в состав которого входит «Орфей». Среди них концерты классической и джазовой музыки, трансляции опер и др.

Наибольший объем трансляций продукции РГМЦ в 2015 году был зафиксирован в Швеции, США, Австралии, Эстонии, Хорватии и Румынии.

В прошлом году состоялся успешный и эффективный по бизнесу запуск нескольких прибыльных русскоязычных радиостанций в Европе (во Франции, Испании и в Лондоне). Это свидетельствует, что русские СМИ за пределами России являются востребованными и конкурентоспособными.

Вопросы для самопроверки:

1) Какие функции выполняет государственное радиовещание в России?

Назовите примеры государственных радиокомпаний.

2) Как представлено российское радиовещание за рубежом?

Тема 5. Коммерческое радиовещание в России⁹

Продажа и покупка частот, смена собственников, переформатирование, запуск новых проектов – эти и другие события стали знаковыми для крупнейших радиохолдингов.

1. Входящий в «Газпром-Медиа» холдинг ВКПМ 16 марта 2015 официально запустил новую музыкальную радиостанцию на частоте информационного радио «Сити FM». Новый проект получил название Like FM. В эфире звучат современные отечественные и зарубежные композиции, которые действительно нравятся целевой аудитории радиостанции. Слоган радиостанции: «Слушай что нравится!».
2. Одним из самых резонансных событий стало объявление о продаже пакета акций «Русской медиагруппы» (78%) компанией «ИФД-Капиталъ», принадлежащей Леониду Федуну и Вагиту Алекперову.

⁹ Радиовещание в России в 2015 году. Состояние, тенденции и перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2016/radio.html>

ФГУП «Госконцерт» планировал создать на базе РМГ патриотический музыкальный медиахолдинг, что вызвало неоднозначную реакцию в музыкальной индустрии. Ряд исполнителей объявил о готовности бойкотировать «Русское радио». Часть прежней команды ушла из РМГ после увольнения прежнего гендиректора группы Сергея Кожевникова. В октябре 2015 г. появилась информация, что покупателем 78% акций РМГ станет ВТБ, который ранее выступал в роли кредитора. На радиохолдинг также претендовала группа продюсеров во главе с Иосифом Пригожиным.

3. В апреле 2015 структуры владельца «Русснефти» Михаила Гуцериева закрыли сделку по покупке крупнейшей независимой радиостанции «Шансон». Бизнесмену уже принадлежат «Весна FM», «Восток FM» и «Столица FM». В прошлом году они вошли в медиагруппу «Изюм», тогда как проекты Krutoy Media (Love Radio, «Радио Дача» и «Такси FM») и «Говорит Москва» (на частоте RU.FM) остались самостоятельными компаниями.
4. 23 ноября 2015 Европейская медиагруппа анонсировала запуск мультимедийного развлекательного портала Chameleon. В его основе лежат три составляющих: радиостанции на любой вкус, эксклюзивные видеопроекты и оригинальные редакционные материалы — их можно слушать, смотреть и читать на любом устройстве с доступом к Интернету.
5. ЕМГ продала московскую частоту – 89,9 FM, на которой вещала радиостанция Кекс FM. С 30 октября 2015 на этой частоте начала вещание радиостанция Страна FM, запущенная бывшими владельцами Радио Шансон. Радиостанция Кекс FM продолжает вещать в Санкт-Петербурге и в интернете в рамках нового мультимедийного, проекта ЕМГ – Chameleon.fm.
6. В октябре 2015 г. ЕМГ объявила о продаже частоты, на которой вещало Радио Рекорд в Москве. Новыми собственниками частоты 98,4 FM в

Москве стали совладельцы Уральской горно-металлургической компании (УГМК).

7. В конце ноября на частоте 98,4 FM в Москве запущена радиостанция «Новое радио», музыкальный формат - российская популярная музыка. Команду «Нового радио» сформировали бывшие сотрудники «Русского радио». В дальнейшем на базе «Нового радио» планируется создание федерального радиохолдинга. Владельцы радиостанции покупают сеть компаний «Диадема» - партнера ВГТРК, который работает в 15 крупных городах, большинство из которых входит в панель TNS. Эксклюзивным продавцом рекламных возможностей радиостанции стал Vi.
8. В 2015 году в рамках радиовещательного проекта МИА «Россия сегодня» в Крымском Федеральном Округе началось вещание радио «Россия Сегодня» в FM диапазоне и в Интернете, единственной радиостанции Республики, работающей в разговорном формате. Вещание осуществляется 24 часа в сутки и охватывает 90% территории полуострова, включая город федерального значения Севастополь. Охвачены все крупные города полуострова, плюс ключевые магистрали между ними – Симферополь, Ялта, Евпатория, Керчь, Феодосия, Джанкой, Красноперекопск, Южный берег Крыма. Эфир состоит из оперативных новостей Крыма и Севастополя, информационных программ, интервью с местными и федеральными экспертами, чиновниками, общественными деятелями по наиболее важным темам, интересующим аудиторию как внутри КФО, так и за его пределами – всего порядка восьми часов, создаваемых непосредственно в Крыму; а также целой линейки общероссийских и международных политических, экономических и социальных программ, создаваемых в головном офисе МИА «Россия сегодня» – на базе радио Sputnik. Онлайн-трансляция вещания ведется на дочернем флагманском сайте «РИА Новости» - «РИА Новости Крым» (crimea.ria.ru).

Из других значимых событий в жизни радиостанций можно выделить следующие:

- Впервые с 2007 года была разыграна московская частота. Победителем стала «Радио Книга» с концепцией литературного вещания, став единственным радио, пожелавшим занять частоту 105 МГц. Начало вещания Радио Книга – 24 марта 2016 г.;

- Объединенная редакция московских СМИ «Москва медиа» запустила новую радиостанцию «Capital FM», которая заменила работавшую ранее на этой частоте Moscow FM. Вещание началось 1 декабря в московском FM-диапазоне 105,2, и ведется на английском языке;

- Радиостанция Серебряный Дождь продала свое фирменное мероприятие «Серебряная Калоша». Права на проведение «Церемонии награждения за самые сомнительные достижения» получил продюсерский центр «Andrey Fomin Production» во главе с продюсером Андреем Фоминым;

- С января 2015 г. Vi стал эксклюзивным продавцом рекламных возможностей Радио «Звезда»;

- В декабре 2015 года в прессе появилась информация о том, что известные российские продюсеры: Игорь Крутой, Виктор Дробыш, Лиана Меладзе, Игорь Матвиенко, Яна Рудковская, Максим Фадеев и Иосиф Пригожин ведут переговоры о покупке 50% радиостанции «Столица FM», входящей в холдинг «Изюм» Михаила Гуцериева. Не исключено, что «Столица FM» сменит название и формат.

Таблица

Структура радио холдингов

<i>Холдинг</i>	<i>Станции</i>
ВГТРК	«Радио России», «Маяк», «Радио России. Культура», «Вести FM»

Европейская медиагруппа	«Европа Плюс», «Дорожное радио», «Ретро FM», «Радио 7 на семи холмах», «Спорт FM»
Русская Медиагруппа	«Русское Радио», DFM, «Радио Монте-Карло», Hit FM, «Maximum»
Газпром-Медиа Радио	«Авторадио», «Юмор FM», «Радио Energy», «Радио Romantika», «Эхо Москвы», Like FM, «Детское радио», Relax FM, Comedy Radio
Krutoy Media	Love Radio, «Радио Дача», «Такси FM»
Мультимедиа Холдинг	«Наше Радио», «Радио Best FM», Rock FM, «Радио Джаз»
Румедиа	Business FM, «Радио Шоколад»
Изюм	«Столица FM», «Весна FM», «Восток FM»
Москва медиа	Capital FM, «Москва FM», «Радио Москвы»

В девять холдингов входит 38 радиостанций. Самым крупным по числу радиостанций сейчас является Газпром-Медиа Радио с 9-ю радиостанциями. По 5 радиостанций входят в ЕМГ и Русскую Медиагруппу. В холдинги ВГТРК и Мультимедиа Холдинг – по четыре радиостанции. Krutoy Media, Москва медиа и Изюм имеют по три радиостанции, у Румедиа – 2 радиостанции. В 2015 году на первом месте по доле аудитории холдингов в городах России у ЕМГ (25%), на втором месте – аудитория радиостанций Газпром-Медиа Радио (15,8%); на третьем – ВГТРК (12,5%), Русская Медиа Группа на четвертом месте – (12,4%). У радиохолдинга Krutoy Media доля составила 8,4%, у Мультимедиа Холдинга – 2%, у Румедиа – доля аудитории 1,15%. По сравнению с 2014 годом доли аудитории холдингов уменьшились в 2015 году, за исключением Krutoy Media,

доля аудитории которого увеличилась на 1,2 %. Доля аудитории радиостанций, которые не входят в эти холдинги (прочие), в 2015 году составила 22,8%, больше, чем в 2014 году почти на 3% (2014 г. - 20,1%). Количество московских и санкт-петербургских сетевых станций, осуществляющих ретрансляцию своих радиопрограмм в регионы, в минувшем году не изменилось. В 2015 году в России по-прежнему насчитывалось 27 измеряемых в течение всего года национальных сетевых станций.

Самое большое количество сетевых радиостанций в 2015 году зафиксировано в Екатеринбурге – 36, доля аудитории которых составила 68%. В Нижнем Новгороде – 28 сетевых радиостанций с долей 92% среди всей аудитории радио города; в Новосибирске вещают 23 сетевых радиостанции, доля аудитории которых составляет 82 %.

По данным TNS, которая проводила исследования по России в 2015 году среди городов с населением свыше 100 тысяч человек в возрасте старше 12 лет, первая пятерка сетевых радиостанций в различных возрастных группах выглядит следующим образом:

- **12-19 лет:** Европа Плюс, Дорожное радио, Русское радио, Авторадио, Юмор FM;
- **20-29 лет:** Европа плюс, Русское радио, Авторадио, Дорожное радио, ДиФМ;
- **30-39 лет:** Европа плюс, Русское радио, Авторадио, Дорожное радио, Ретро FM;
- **40-49 лет:** Ретро FM, Авторадио, Дорожное радио, Русское радио, Европа плюс;
- **50+ лет:** Дорожное, Авторадио, Радио России, радио Шансон, Ретро FM.

По сравнению с 2014 годом сменились лидеры в двух ключевых возрастных группах. В возрастной категории 30-39 лет «Европа Плюс» потеснила «Русское радио», а в категории 40-49 – «Ретро FM» опередило лидировавшее прежде «Авторадио». Стабильны предпочтения только в возрастной группе 50+. Стоит отметить также, что появившаяся было в 2014 году

в пятерке лидеров в «младших» возрастных группах (12-19 и 20-29 лет) радиостанция NRJ вновь уступила место, соответственно, «Юмор FM» и DFM.

Что касается локальных радиостанций, то число радиостанций с собственным программированием за минувший год в нашей стране незначительно выросло. По состоянию на 31.12.2015 года количество станций со 100% собственным программированием в России (включая Москву и Санкт-Петербург) увеличилось на 23 по сравнению с 2014 годом и составило 477, (до этого в течение двух лет их было 454, в 2012 году – 441, в 2011 – 430). Самое большое количество радиостанций со стопроцентным собственным вещанием находятся в Центральном (106 станций, на 8 больше, чем 2014 г.) и в Приволжском (90, на 1 меньше) Федеральных округах.

Вопросы для самопроверки:

- 1) Что такое коммерческая радиостанция?
- 2) Что такое медиахолдинг и как медиахолдинги влияют на развитие радиовещания в стране?
- 3) Какие события ознаменовали последнее 10-летие в развитии отечественного коммерческого радиовещания?

Тема 6. Региональное и местное радиовещание России

В последние годы получила развитие тенденция последних лет к развитию сетей региональных радиостанций, не имеющих «флагманской» станции в Москве или Санкт-Петербурге. По-прежнему, можно выделить три основных типа таких сетей:¹⁰

1. Крупные региональные радиостанции, расширяющие зону вещания в своем регионе. В 2015 году насчитывалось 27 таких радиостанций. Абсолютным лидером здесь является «Радио Югра», имеющее 122 точки вещания на

¹⁰ Радиовещание в России в 2015 году. Состояние, тенденции и перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2016/radio.html>

территории Ханты-Мансийского автономного округа (Югры), а также в Тюмени. По-прежнему заметны «Радио Саха» (Якутия), «Радио Ямала» (Ямало-Ненецкий автономный округ), «Пурга» (Чукотка). В первой десятке радиостанция «Болгар радиосы», которая имеет 39 точек в Татарстане. Имеются подобные «флагманские станции» в Липецкой, Калужской, Белгородской, Кемеровской, Новосибирской и других областях. Подобные ярко выраженные лидеры появляются и в других регионах.

2. Региональные радиостанции, расширяющие зону вещания, как в своем регионе, так и за его пределами. Лидером по числу охваченных вещанием регионов в этом сегменте традиционно остается «Радио Сибирь» - 23 действующих передатчика. Сегодня «Радио Сибирь» можно услышать уже в 9 регионах России – Томской, Омской, Кемеровской и добавившейся Иркутской областях, республиках Алтай, Хакасия и Бурятия, Забайкальском и Ханты-Мансийском автономных округах. А вот по числу точек вещания лидерство сохраняет «Радио Юлдаш» - 50 точек вещания в Башкирии, Челябинской, Оренбургской и Курганской областях. 30 действующих передатчиков у «Норд FM» - в Ямало-Ненецком и Ханты-Мансийском округах и Свердловской области; 27 – у динамично развивающейся радиостанции «Мария FM» из Кирова, представленной сейчас в Кировской, Нижегородской, Калининградской областях, Чувашии и Татарстане. 14 – у «Татарского радио» (Татарстан, Пермский край, Тюменская, Ульяновская, Нижегородская, Кировская области).

3. Радиостанции, формирующие программу в своем регионе без выхода в FM-диапазон, но постепенно расширяющие свое присутствие в других регионах (и чаще всего, осуществляющие и Интернет-вещание). Наиболее ярким примером такой модели развития являются: Санкт-Петербургское «Радио Ваня» с 69 точками вещания, Московское «Радио Мир», имеющее 49 точек вещания по России. Обе радиостанции регулярно успешно участвуют в конкурсах на право осуществлять наземное эфирное вещание, но не представлены в FM-диапазонах своих городов, Москве и Петербурге. 33 действующие точки вещания имеет московское «Радио Радио», представленное в Алтайском и Красноярском краях,

Ханты-Мансийском округе, Иркутской, Белгородской, Свердловской, Тюменской и Воронежской областях и разрабатывающее еще целый ряд частот. 20 точек вещания в 12 регионах России (Удмуртия, Пермский край, Ивановская, Калужская, Кемеровская, Костромская, Курганская, Нижегородская, Свердловская, Ульяновская, Челябинская области, Ямало-Ненецкий автономный округ) у столичной радиостанции «Пионер FM». 13 действующих передатчиков имеет «Хорошее радио» (Краснодарский край, Кемеровская, Пензенская, Ростовская, Свердловская, Тверская, Ульяновская области). Появляются и новые проекты, развивающиеся по данной модели, в том числе и в рамках крупнейших медиахолдингов. Так, Европейская медиагруппа объявила в 2015 году о разработке и запуске нового регионального формата «Радио для друзей». Сейчас его вещание запущено уже в 8 городах.

Что касается двуязычного Татарстана и его столицы, то сегодня в Казани в FM-диапазоне работают около тридцати радиостанций. «БИМ», «Болгар радиосы», «Курай», «Татар радиосы», «Миллениум» производятся непосредственно в Казани, остальные представляют крупные российские холдинги или радиосети; чаще всего, помимо рекламы, в них есть включения из казанских студий. Государственных радиостанций в Казани значительно меньше, чем частных, коммерческих. Основное отличие таких радиостанций не только в признаках, соответствующих местному новостному, музыкальному и тематическому наполнению, но и в применении национального языка, поддержке национальной культуры. Национальную тематику представляет, в большинстве своем, информационное региональное вещание. FM-диапазон предполагает достаточно плотный поток информации, поэтому «длинные» передачи не являются для него характерными. Тем не менее, некоторые казанские радиостанции делают яркий эфир, посвященный какому-либо культурному событию, не прибегая к традиционной новостной подаче. Например, радиостанция «Болгар» в течение 12 лет проводит прямые включения с различных общенациональных праздников. В информационных же выпусках тема культуры, чаще всего, стоит в конце: как и в большинстве СМИ, новости

культуры на радио считаются «бантиком» - легкой информацией, предпочтительной для завершения передач новостей. Также следует отметить, что национальная культура активно поддерживается развлекательным радиоэфиром. Татароязычные радиостанции постоянно проводят встречи у микрофонов с представителями современной татарской культуры – певцами, музыкантами, актерами, т.д. К примеру, «Болгар радиосы» предлагает «Парлы шоу» - передачу о том, как живут в своих семьях известные артисты, а также передачу «Яшэу яме» - литературную программу Шамсии Зиангировой о творчестве деятелей культуры и искусства; в жанре беседы построена программа «Тормыш – тамаш», идущая в эфире «Татар радиосы» и т.д.

Вопросы для самопроверки:

- 1) Что такое региональное радиовещание?
- 2) Назовите примеры региональных и местных радиостанций.
- 3) Что такое сетевое радио и каким образом сетевые радиостанции представлены в регионах РФ?

Тема 7. Актуальные вопросы радиовещания России

Как и все СМИ, радио может быть цифровым. Еще в 80-90-х годах были разработаны различные системы цифрового радиовещания. Участники радиорынка признают, что «цифровое радио – это возможность там, где сегодня одна радиостанция, сделать восемь». Но сделать это будет дорого: нужно будет заменить весь парк радиоприемников, вложиться в новые передатчики. Эта программа будет стоить десятки-сотни миллионов долларов и займет, предположительно, 15-20 лет. Если переход на «цифру», считают участники рынка, произойдет уже в самое ближайшее время, то это будет интересно, в первую очередь, государственным радиостанциям. От разработки и принятия стандартов цифрового вещания зависит, как будет осваиваться цифровое радио в России.

Сегодня нет соглашения по единой технологии для всемирного цифрового радио; однако Международный Союз электросвязи предоставляет полный доступ к спецификациям для основных альтернативных цифровых радиосистем.

Цифровое радио обладает весомыми преимуществами по сравнению с аналоговыми системами: высокое качество звука, позволяющее слушателю лучше воспринимать и погружаться в то, что он слышит; упрощенный поиск радиостанций; пониженная мощность передатчика в пересчете на одну станцию; возможность использования дополнительных аудиовизуальных средств передачи информации; возможность доступа к гораздо большему количеству радиостанций. Однако по прошествии многих десятилетий стоимость аналоговых радиоприемников столь незначительна, а аналоговое радио распространено столь широко, что многие национальные администрации предпочитают рекомендовать, а не навязывать переход от аналогового радио к цифровому. В случае радио этот переход происходит более медленно, чем в телевидении. Для любого из элементов пользовательского оборудования этот переход, в конце концов, произойдет, вопрос заключается лишь во времени.

В последние 6 месяцев было много значимых событий в Европе в поддержку цифрового радио:¹¹

- 1) Норвегия стала первой страной в мире, подтвердившей полный переход на цифровое вещание в 2017 году.
- 2) За ней последует Швейцария в 2020-2024 гг.
- 3) В Германии общественные вещатели ARD подтвердили долгосрочные обязательства на DAB+ и BMVI, Федеральное министерство транспорта и цифровой инфраструктуры создало межотраслевой наблюдательный Совет для обеспечения прогресса в развитии цифрового радио.

¹¹ Радиовещание в России в 2015 году. Состояние, тенденции и перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://fapmc.ru/rospchat/activities/reports/2016/radio.html>

- 4) При государственной поддержке в Великобритании проходит дальнейшее расширение дорожного покрытия в DAB, и второй мультиплекс будет запущен уже в 2016 году.
- 5) Дания также объявила новую дорожную карту для цифрового радио в стандарте DAB+.
- 6) Включение первого DAB+ коммерческого мультиплекса в Бельгии.
- 7) Нидерланды будут продолжать запускать новые региональные мультиплексы.
- 8) Италия и Польша продолжат наращивать цифровое покрытие.
- 9) Во Франции идут консультации по подключению к цифровому вещанию второй волны городов (после Парижа, Ниццы и Марселя).

Уровень охвата цифровым радио в настоящее время достигает 99% населения в Норвегии и Швейцарии, более 95% в Дании, Великобритании и Нидерландах, 91% в Германии и 68% в Италии. Причина перехода на цифровые стандарты понятна. Во-первых, FM-диапазон переполнен, поэтому в этом диапазоне сложно найти место для запуска новых проектов, да и вообще – для чего-либо нового. А это значит, что в этом диапазоне возможности для инноваций весьма ограничены, а также имеется риск деградации радио в долгосрочной перспективе. Во-вторых, страны Европы нуждаются в гармонизации своих подходов к вопросам коммуникаций и связи. Многие не сомневаются в том, что впереди ожидается эпоха цифрового радио.

Среди тех, кто использует разные источники аудио в автомобиле, больше всего слушателей радио – более 80%. Радиостанции развиваются, находят новые каналы коммуникации и точки соприкосновения с потребителем. Радио по-прежнему остается одним из медиа с большим охватом.

Далее рассмотрим, каковы последние тенденции на рынке радиорекламы. По итогам 2015 года падение рекламных объемов на радио составило – 16%. При этом стоит отметить, что эта цифра существенно лучше, чем в период кризиса 2009 года, когда падение в сегменте радио составило – 29%. Что касается тарифной политики, то на основе последних волн данных TNS Россия средняя

стоимость 30 сек. ролика в будни с 06:00 до 00:00 по России составила 123 119 руб. и 63 005 руб. по Москве (на основе прайс-листов ТОР 10 московских и федеральных радиостанций, отраженных по недельному охвату, без учета скидок/надбавок и НДС).

Наиболее значимыми источниками дохода радиостанций являются реклама товаров и услуг, спонсорство, а также тематические программы рекламного характера. Исследование значимости источников дохода российских радиовещательных предприятий методом экспертного опроса в 2015 году привело к следующим выводам:

1) Российские радиостанции используют довольно широкий набор источников дохода, который продолжает расширяться. Подавляющее большинство из них имеет низкую финансовую емкость, однако в совокупности они все же приносят некоторый доход.

2) В современной российской ситуации лишь шесть из обнаруженных источников дохода оказались существенными для большинства радиостанций и обеспечивающими основной приток финансовых средств. Это доходы от эфирной рекламы в виде роликов товаров и услуг, спонсорства, тематических программ рекламного характера, имиджевой рекламы сторонних организаций. Важными также оказались франшиза и прямые бюджетные субсидии для государственных станций.

3) Экономические трудности, которые переживала Россия в 2015 году, привели к заметному снижению рекламных поступлений в сфере радиовещания. Одновременно происходило и снижение государственных субсидий. Поскольку снижение рекламной выручки было сильнее, это привело, по оценкам экспертов, к повышению веса дотационных источников среди государственных радиостанций с 65% в 2014 г. до 74% в 2015 г. При этом распределение доходов между рекламными и дотационными источниками на коммерческих радиостанциях осталось на прежнем уровне.

4) В целом по отрасли рекламные доходы в 2015 доминировали. Их вес составил 61%, в то время как вес дотационных доходов составил 33%. При этом

6% доходов радиостанции получили из разнообразных альтернативных источников.

Что касается аудитории радио, то его слушают, в основном, дома, в автомобиле и на работе. Как видно из таблицы, опубликованной в докладе Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, в российских городах численностью 100 тыс. чел. и более в структуре общей аудитории радио наблюдается незначимое преобладание женщин (49,9% мужчин против 50,1% женщин). В возрастных группах наибольшую долю составили представители группы 30-39 лет (21,2%). Слушателей с высшим образованием насчитывалось 52,8%, со средним - 41,9%:¹²

Таблица
Аудитория радио

Показатели аудитории	Москва	Санкт-Петербург	Россия (города 100.000+)
Всего	100%	100%	100%
Пол			
мужчины	51,0%	47,4%	49,9%
женщины	49,0%	52,6%	50,1%
Возрастные когорты			
12-19 лет	4,9%	4,3%	6,3%
20-29 лет	17,6%	20,6%	21,0%
30-39 лет	20,7%	20,3%	21,2%
40-49 лет	17,8%	16,1%	17,4%
50-59 лет	16,9%	16,2%	16,3%
60 лет и старше	22,1%	22,5%	17,8%

¹² Радиовещание в России в 2015 году. Состояние, тенденции и перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://fapmc.ru/rospchat/activities/reports/2016/radio.html>

Уровень образования			
неполное среднее	3,9%	4,1%	5,3%
среднее	32,0%	40,5%	41,9%
высшее	64,1%	55,4%	52,8%

По итогам 2015 года, в зоне измерения ТНС (города 100.000+) наибольшую долю аудитории имели «Европа плюс» (8,8%), «Русское Радио» (7,5%) и «Дорожное Радио» (7,5%). Полное распределение крупнейших российских радиостанций, измеряемых ТНС в городах численностью от 100 тыс. чел. и более.

Основные тенденции в поведении радиоаудитории в РФ, проявившиеся в 2015 году, на основе данных ТНС, собранных в городах численностью населения от 100 тысяч человек и более в возрасте от 12 лет и старше:¹³

1. Величина аудитории радио в России продолжает оставаться значимой. В среднем, хотя бы раз в сутки к радио обращались 64% населения, а хотя бы раз в неделю – 89%.
2. Россияне продолжают довольно активно слушать радио. Среднесуточное время радиослушания составило 252 минуты или 4 часа 12 минут. Это сопоставимо со среднесуточным временем телевизионных просмотров.
3. Количество людей, которые слушают радио в автомобиле хотя бы раз в сутки, было несколько выше, чем количество людей, слушающих радио хотя бы в течение 5 минут в сутки дома, - 32,8% и 28,2%, соответственно. Однако продолжительность прослушивания радио оказалось выше дома: среднесуточное время радиослушания в автомобиле составило 128 минут (2 часа 2 минуты), в то время, как дома этот показатель был равен 208 минут (3 часа 28 минут). Но дольше всего

¹³ Радиовещание в России в 2015 году. Состояние, тенденции и перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://fapmc.ru/rospeschat/activities/reports/2016/radio.html>

радио слушают на работе – в среднем 342 минуты в сутки (5 часов 42 минуты).

4. В 2015 году, как и годом ранее, россияне чаще слушали радио по будням, чем по выходным. Пик аудитории по будням приходился на интервал времени с 10 до 13 часов, по выходным – с 11 до 13 часов.
5. Наибольшую долю аудитории в 2015 году в российских городах численностью населения от 100 тыс. человек и более в возрасте от 12 лет и старше имели «Европа Плюс» (8,8%), «Русское Радио» (7,5%), «Дорожное радио» (7,5%).

Вопросы для самопроверки:

- 1) Каковые актуальные проблемы современного радиовещания в России?
- 2) Охарактеризуйте аудиторию современных радиостанций.
- 3) Как зарабатывают радиостанции в России?

Тема 8. Современные информационные технологии в российском радиовещании

Современные информационные технологии в рамках технологии и методологии СМИ сегодня подразумевают, в первую очередь, использование Интернета и мультимедиа. По отношению к российскому радиовещанию использование Всемирной сети имеет весьма непосредственное отношение, т.к. оно привело к появлению и развитию такого явления, как радио в Интернете. Несмотря на то, что радиостанции в Интернете – явление в области СМИ достаточно новое, по сравнению с обычным радиовещанием, оно уже имеет свои традиции, векторы развития и особенности.

Основываясь на исследовательских данных В.А. Колодкина,¹⁴ отметим, что программное обеспечение радиовещания в Интернете в реальном масштабе времени стало внедряться в середине 90-х, а в начале нулевых в мире

¹⁴ Колодкин В.А. Радиовещание в Интернете: принципы функционирования, типология и структура сайтов: автореф. дис. канд. филол. наук. – Тольятти, 2005. – С. 17-18.

насчитывалось более 15 млн пользователей Web-радио. Как и в ситуации с другими видами сетевых СМИ, проследить первопроходцев и уверенно их назвать достаточно сложно. Но ясно одно - в России это произошло в Москве в 1996 году. В большинстве источников в качестве первой отмечается радиостанция «Европа Плюс», которая организовала трансляцию программы Артемия Троицкого «Достоевский FM» через Интернет одновременно с обычным эфиром. Однако представители станции «Серебряный дождь» настаивают, что впервые в Рунете появились именно они. В принципе, это не столь важно. Главный вывод, который из этих фактов вывести, заключается в том, что столичные российские радиовещатели начали осваивать пространство Рунета не с азов, а с применением последних мировых мультимедийных достижений, в частности, медиа-проигрывателя и медиа-броадкастера. Уже в середине нулевых Интернет-радио в Рунете проявляло себя в большом многообразии форм, требующем основательного изучения и научного анализа.

Таким образом, привычная нам "матрица" радиовещания, попав в интернет, приобрела совершенно новые признаки, обросла дополнительными формами и способами подачи информации. При детальном изучении можно увидеть, что и непосредственно в самом интернете радио-сайты отличаются друг от друга. Одни сайты являются версиями оффлайновых радиостанций, их «сетевыми двойниками», а другие – существуют исключительно в сети, и приобретают новые и дополнительные свойства и признаки, которых просто не может быть у «двойников».

Чтобы до конца понять разницу между версионным сетевым СМИ и собственно сетевым, необходимо введение в методологию такой категории, как "информационное пространство" (в котором функционирует данное СМИ) для более четкого определения вида СМИ. Ясно, что термин «информационное пространство» не имеет ничего общего с понятиями квантовой физики и теории относительности. В данном случае можно выделить два пространства информационной деятельности СМИ (две медиа-среды):

- виртуальная реальность: всемирная сеть Интернет (или онлайн);
- объективная реальность (или оффлайн).

Выявив отношение рассматриваемого СМИ к информационному пространству, можно четко определить его вид, а уж затем приступать к рассуждениям о типологии. Таким образом, в частности, радио, функционирующее в сети оффлайне, можно назвать "сетевым". Радио, информационное пространство которого – оффлайн, остается тем самым "обычным радио", к которому мы привыкли.

В Сети имеется несколько определений Интернет-радиостанций, каждое из которых сводится к тому, что Интернет-радио – это средство массовой информации (СМИ), передающее звуковые вещательные передачи и музыку посредством глобальной сети Интернет (WAN) в любую точку Мира, где есть доступ к Интернет, или посредством локальной вычислительной сети (ЛВС, LAN) на любой компьютер, подключённый к этой сети.¹⁵ В Интернете используются как проводные, так и беспроводные технологии передачи данных, в том числе спутниковые и сотовые сети.

Уже сегодня мы видим, что грань у радиокомпаний между разделением аналогового и цифрового радиовещания стирается. Практически уже все популярные FM-радиостанции имеют своё вещание в Интернете и, что самое интересное, изначально зародившиеся как интернет-радиостанции проекты стремятся выйти в FM-диапазон, и у некоторых это успешно получается, кроме того, с переходом на цифровое вещание в FM-диапазоне этот процесс будет активно развиваться и в дальнейшем: интернет-радиостанции получат возможность купить лицензии на вещание в FM-диапазоне.

Что касается типологии сетевых СМИ, то при ее разработке вполне подходящим является метод, предложенный в 60-х годах XX века профессором А. И. Акоповым для анализа печатных СМИ, который впоследствии оказался

¹⁵ Интернет-радио и ТВ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e-radio.ru/>

универсальным и для электронных СМИ (радио и ТВ). Так, типоформирующие признаки сайта остаются прежними: учредитель, цель и аудитория.

Учредителем сайта радиостанции чаще всего является руководство, а иногда творческий коллектив его "оффлайнового родителя". То есть чаще всего эта категория у них совпадает. Хотя бывают случаи, когда учредителем сайта становится лицо (или группа лиц), не являющееся официальным представителем станции (радиослушатель-любитель или поклонники радиостанции). В этом случае сайт называют "неофициальным". Соответственно, в первом случае сайт именуют "официальным".

С каждым годом количество «неофициальных» сайтов постепенно сходит на нет. Причин тому много: и занятость их создателей, и малая посещаемость, и «конечность» чистого энтузиазма. Поэтому все чаще на таких страничках можно найти фото- или видеоархив, которые давно не обновлялись, а также перечень программ станции и иногда форум.

Если говорить об аудитории, то эта категория очень сложна в изучении. Аудитория Рунета мало изучена, и уверенно сказать, что по социо-демографическим признакам и по рейтингам станции их сетевые версии идентичны, совпадают или похожи, сложно. Потому предположим, что это действительно так.

Основная цель версионного сайта – это реклама и промоушн оффлайнового радио и его имиджа. А вот задачи могут различаться и варьироваться, значительно расширяться (информирование и просвещение аудитории, пропаганда определенных идей, образа жизни, развлечение). Это, естественно, влияет на вторичные и формальные типологические признаки сайтов: редакторский состав, информационное наполнение, рубрики, содержание сетевого СМИ. По этому признаку исследователь и теоретик российского Интернет-радиовещания В.А. Колодкин выделяет несколько основных типов

сайтов радиостанций: сеть визитку, сеть фэн-зин, информационно-развлекательный портал.¹⁶

Первый тип версионных сайтов – сеть визитка – отличается тем, что несет в себе единственную функцию – функцию промоушна основной радиостанции и как самостоятельное СМИ не рассматривается. Визитки могут иметь достаточно глубокое наполнение, но интересны, по большей части, рекламодателям. Основная информация, которую имеют визитки, - прайс-лист и программа передач для удобства при принятии решения о размещении рекламы в эфире радиостанции. Визитки делаются в студиях web-дизайна и наполняются исключительно по мере того, как представитель радиостанции (чаще всего, программный директор) приносит обновленную информацию программисту студии.

Сетевые радио-визитки, в основном, не имеют разделов, рубрик, ссылок и напоминают рекламный буклет или пресс-кит. На сегодняшний день их становится все меньше: услуги веб-студий остаются недорогими, аудитория Интернета растет, конкуренция ожесточается. В данный момент такие сайты имеют, в основном провинциальные радиостанции.

Сетевой фэн-зин (fan-zine, от англ. «fan» - поклонник и «magazine» - журнал) тоже ставит своей главной целью пиар и промоушн станции в среде Интернета. Но задачи и функции расширяются: информирование аудитории (о жизни станции, о тех сферах жизни, которые соответствуют интересам прежде всего потенциальной аудитории оффлайновой станции и ее формату), развлечения, организация интерактивной коммуникации "слушатель-радио", "слушатель-слушатель", в основном, на основе интересов, близких формату и имиджу станции.

Соответственно, на сайтах такого типа достаточно богатая рубрикация: новости станции, новости музыки (соответствующей формату), эфирные персоналии, история станции, странички отдельных программ, гостевая, форум,

¹⁶ Колодкин В.А. Радиовещание в Интернете: принципы функционирования, типология и структура сайтов: автореф. дис. канд. филол. наук. – Тольятти, 2005. – С. 17-18.

чат, хит-парад (иногда с возможностью «скачать» любимые песни), рекламные расценки, сетка вещания и тому подобное. Многие из этих рубрик требуют периодического обновления, информационного наполнения, поэтому у фэн-зинов, в отличие от электронных визиток, обязательно есть хотя бы редактор (он же администратор и верстальщик). Авторами материалов и новостей зачастую выступает опять-таки редактор, а также сотрудники радиостанции. Иногда отдельные тексты заказывают журналистам из печатных изданий или копирайтерам из рекламных агентств.

Также на таких сайтах возможна ретрансляция прямого эфира. Основной принцип таких сайтов - «ничего, кроме нашего радио и нашего формата». Все должно служить цели создания определенного (естественно, положительного) имиджа станции и создания коммуникативной среды в Рунете для целевой и потенциальной аудитории оффлайновых слушателей.

Сайтов данного типа - большинство в Интернете. Среди самых ярких в середине 2000-х были сайты таких крупных российских станций, как «Максимум» (www.maximum.ru), «Наше радио» (www.nashe.ru), «Русское радио» (www.rusradio.ru), "Европа Плюс" (www.europaplus.ru) и т. д. Помимо обязательных разделов и рубрик на некоторых сайтах можно было найти интересные решения и находки, также наблюдалась тенденция к активному вовлечению посетителей сайтов в эфирную жизнь станции: проводились различные конкурсы и викторины исключительно для посетителей сервера.

Именно такой тип сайтов встречается и среди неофициальных. Здесь цель несколько иная – организация своеобразного сетевого клуба по интересам, удовлетворение потребности в коммуникации с единомышленниками. В данном случае по дизайну и содержанию неофициальные электронные фэн-зины радиостанций очень схожи с сайтами различных фан-клубов.

Информационно-развлекательный сайт – тип достаточно сложный и неоднозначный. Основная цель сайтов данного типа – также пиар и промоушн, но иногда некоторые задачи (информирование и развлечение слушателей) начинают доминировать и определение цели усложняется. Рубрики и разделы

информационно-развлекательных сайтов многочисленны, и их можно разделить на группы новостей, программной информации, рекламы, интерактивного пространства, мультимедийных услуг

На сайтах данного типа развита система гиперссылок, может присутствовать поисковая система для архива. Создание информационно-развлекательных версионных сайтов – прерогатива, в основном, общественно-политических или новостных радиостанций, потому как их главная задача и цель – оперативно и качественно утолять "информационный голод" своей потенциальной аудитории, как в оффлайне, так и в сети. Таким образом, их версии в Интернете превращаются не просто в сетевой промо-придаток, а в отдельное сетевое СМИ, ориентированное на определенную аудиторию, иногда отличную от оффлайновой. В качестве яркого примера такого сервера можно назвать официальный сайт радиокомпании "Маяк" www.radiomayak.ru, созданный в 1998 году. Не отстает по качеству и степени информационной наполненности сайт радиостанции "Эхо Москвы" (www.echo.msk.ru), где новостная лента на главной странице оперативно обновляется вместе с выпусками новостей в эфире.

Первое действительно сетевое радио в России было организовано частью творческого коллектива обычной столичной коммерческой станции, которая считалась одной из самых прогрессивных в своей среде. Но именно давление капитала и коммерческие препоны заставили часть сотрудников уйти из оффлайна и создать в Рунете, так сказать, «радио своей мечты». Вот что можно прочитать на сайте www.101.ru в разделе «О проекте»: «Интернет Радио (The Internet Radio) - это официально зарегистрированное средство массовой информации и торговая марка, которая принадлежит российской компании "Интернет 101". "Интернет 101" - творческий наследник "Радио 101" (101.2 FM), одной из трех московских радиостанций, которые стояли у истоков коммерческого музыкального радиовещания в России в начале 1990-х.

В мае 2000 года, после смены формата и названия "Радио 101", часть сотрудников станции приняли решение сохранить проект, а точнее, его общую

концепцию, философию и музыкальный формат. Таким образом, "Радио 101" возобновило вещание, но в этот раз только в Интернете. Летом 2000 года была зарегистрирована торговая марка, а также получено первое в России свидетельство о регистрации Интернет-радиостанции. Тогда «Радио 101» имело четыре эфирные кнопки, сегодня их десятки, сайт наполнен пестрой рубрикацией, есть возможность создавать и прослушивать персональное радио.

Сегодня создание сайта радиостанции и контроль над его наполнением, в большинстве случаев, забота самого радио. Компании расширяют отделы системного администрирования, ищут авторов для текстового наполнения Интернет-версии радиостанции, сами версионные сайты постепенно «обрастают» новыми кнопками, максимально используют возможности Интернета для того, чтобы быть самостоятельными СМИ. Расширяется и типология сетевого (не версионного) радиовещания: помимо традиционных Интернет-радиостанций возникают персональные странички с плей-листами, которые может прослушивать сам пользователь или его друзья в социальных сетях. Возможности расширяются с каждым техническим рывком и российское радиовещание повсеместно и полноценно их использует.

Радиостанции, как и другие традиционные медиа, как уже было сказано выше, стараются увеличить свое присутствие в новых каналах дистрибуции контента. Они создают веб-сайты, выпускают мобильные приложения и взаимодействуют со своей аудиторией в социальных медиа. Анализ аудитории сайтов радиостанций имеет определенную специфику и существенно затруднен. Тем не менее, он регулярно проводится. К примеру, наиболее посещаемые сайты станций (согласно данным статистики LiveInternet.ru) в Приволжском федеральном округе в 2015 году: Спутник ФМ (Уфа), ГТРК Пермь (Пермь), Юлдаш (Уфа), БИМ-радио (Казань). Обратим внимание, что в рейтинге LiveInternet.ru присутствует значительное число радиостанций ПФО, данные статистики которых закрыты для просмотра. Среди наиболее посещаемых сайтов станций в ПФО с закрытыми данными статистики в 2015 году стал сайт радио «Эхо Москвы» в Казани.

Подводя итог краткого обзора сайтов радиостанций, можно выделить следующие особенности и тенденции:¹⁷

1. В значительном числе регионов лидирующие позиции среди сайтов с открытой статистикой занимают сайты, поддерживаемые региональными государственными телерадиокомпаниями;
2. Наметилась тенденция закрывать данные посещаемости сайтов, что затрудняет проведение сравнительного анализа и получения точных результатов исследования;
3. До сих пор в большинстве случаев сайт радиостанции — не отдельный продукт, а приложение к основному эфирному радиовещанию — визитка, площадка для трансляции традиционного эфира в онлайн, а также анонсирования крупных эфирных проектов;
4. Дизайн большинства сайтов соответствует трендам десятилетней давности (наиболее свежие разработки датированы 2013-2014 годом, редко 2015), и это крайне отрицательно сказывается на вовлеченности пользователей и бренде радиостанции в целом;
5. Сайты в большинстве случаев не адаптированы для просмотра на мобильных устройствах;
6. Большинство радиостанций не обновляет ежедневно новостные и прочие разделы сайтов. Сайты ряда радиостанций показывают последние обновления, датированные 3-4-м кварталами 2015 года;
7. У ряда станций практически отсутствует кросс-промо сайта и эфира, отмечается слабая связь публикуемого контента на сайте с текущими эфирными проектами;
8. Недостаточно развита доставка аудио контента пользователю через Интернет (отсутствие подкастов и расшифровок);

¹⁷ Радиовещание в России в 2015 году. Состояние, тенденции и перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://fapmc.ru/rospchat/activities/reports/2016/radio.html>

9. Наличие онлайн вещания на сайте позволяет частично сохранять уровень посещаемости даже нерегулярно обновляемых или вовсе заброшенных сайтов;
10. Востребованность потоков с низким битрейтом позволяет предположить увеличение прослушивания в сетях 3G, LTE;
11. В большинстве случаев заметно отсутствие у менеджмента интереса и/или стратегического видения присутствия радиостанции в новых каналах коммуникаций;
12. Рост показывают телерадиокомпании: пользователей привлекает, прежде всего, на их сайтах новостной и видеоконтент;
13. Наиболее успешные проекты реализуют рекламные возможности сайта, предлагая своим рекламодателям размещение баннеров и поддержку проводимых в эфире акций; интегрируют онлайн магазины сувенирной продукции;
14. Будущее сайтов радиостанций, вероятно, будет фокусироваться на сервисе архивирования производимого медиаконтента, осуществлении представительских функций и онлайн-вещания;
15. Развиваются также мобильные приложения радиостанций. Радио все активнее представлено в социальных медиа.

Некоторые выводы и прогнозы:

- Региональные радиостанции на данном этапе фокусируют усилия на самом процессе перехода в онлайновый формат. Их мало пока интересует мобильная модель медиапотребления. Но в связи с экономической ситуацией заметна тенденция смещения онлайн стратегии в сторону социальных сетей. Экспертизы для строительства вокруг бренда региональной радиостанции активного сообщества в социальных сетях также пока, к сожалению, не хватает;
- В ближайшее время следует ожидать:
 - а) роста конкуренции федеральных и локальных станций;

б) более активного выхода крупных региональных станций в новостное поле с размещением текстовых информационных сообщений на своих Интернет-сайтах;

в) формирования менее официального представления в социальных сетях вместе с увеличением обратной связи в них и привлечением пользовательского контента (UGC);

- Предложение социальными сетями новых сервисов по онлайн вещанию и аудиотрансляциям может повысить активность вещателей на этих платформах;

- Системных изменений в сфере мобильного медиапотребления и явного прогресса в области социальных медиа, улучшений взаимодействия с мобильными пользователями (вероятно, используя все же мобильные версии сайтов, а не приложения) и пользователями социальных сетей, по-видимому, придется ждать несколько дольше;

В настоящее время формируется пул лидеров из числа региональных вещателей в поиске новых форм присутствия своих брендов в интернете, соцсетях и наращивающих интерактивное взаимодействие со своими слушателями. Нарабатываемый ими опыт будет способствовать более глубокой интеграции традиционного вещания в новых коммуникационных средах.

Вопросы для самопроверки:

- 1) Как представлено радиовещание в Интернете?
- 2) Назовите типы версионных сайтов радиостанций.
- 3) В чем особенности возникновения Интернет-радиостанций, каковы их основные функции?

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

Основной формой итогового контроля является **экзамен**.

Формами текущего и промежуточного контроля являются самостоятельные работы, контрольные работы по анализу радиостанций, выступление на практических занятиях.

Требования к выполнению самостоятельных работ: следование методологическим указаниям, творческий подход, оригинальность выполнения.

Требования к выполнению контрольных работ: самостоятельная работа предполагает знакомство со справочными материалами, рекомендованной литературой, выполнение индивидуальных заданий.

Требования к разным формам контроля

Промежуточный контроль:

- самостоятельные контрольные работы: от обучающегося требуется в течение семестра выполнить две письменные работы, контрольную работу, а также реферат. Обучающемуся необходимо привлекать рекомендуемую основную и дополнительную литературу, лекционный и справочный материал, а также свои наблюдения и выводы.

- выступления на практических занятиях: от обучающегося требуется качественная подготовка устных сообщений на практических занятиях и участие в дискуссиях по заданным темам.

Итоговый контроль:

Итоговая оценка и рейтинговый показатель по дисциплине «Современное радиовещание России» складывается из следующих составляющих: посещение лекций и практических занятий; оценка сданных контрольных и самостоятельных работ; оценка работы на практических занятиях, ответ на экзамене. Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов. Из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля – в 50 баллов.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ

Вопросно-ответная форма

1. Становление российского радиовещания: от изобретения Попова до цифры.
2. Радиовещание в России в 90-е годы: особенности периода.
3. Радиовещание в России в нулевые и десятые годы: особенности периода.

4. Система радиовещания в РФ. Деление по форме собственности.
5. Система радиовещания в РФ. Деление по типу вещания.
6. Система радиовещания в РФ. Деление по формату вещания.
7. Система радиовещания в РФ. Деление по целевой аудитории и территории вещания.
8. Сетевое радиовещание в России. Примеры.
9. Радиовещание в системе российских медиа-холдингов.
10. Частотный диапазон и процесс лицензирования радиостанций.
11. Основные принципы и отличия работы самостоятельной радиостанции.
12. Государственное радиовещание РФ: характеристика и особенности.
13. История развития холдинга ВГТРК и его структура.
14. Коммерческое радиовещание в РФ: типы радиостанций и их функции.
15. Коммерческое радиовещание в РФ: возможности и привилегии.
16. Принципы работы коммерческого радиоканала. Особенности программирования.
17. Цифровое радиовещание: преимущества и перспективы развития.
18. Организация регионального радиовещания.
19. Местное и республиканское вещание. Примеры.
20. Экономика и социальная политика региональных радиостанций.
21. Радиостанции на национальных языках. Примеры.
22. Экономические основы радиовещания в России.
23. Функционирование Интернет-радио в РФ.
24. Типы версионных сайтов российских радиостанций.
25. Сравнительная характеристика радиостанции и ее версии в Интернете.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ

Основная литература

1. Ворошилов, В.В. Журналистика; учебник. 3-е изд. СПб: Изд-во В.А. Михайлова, 2009. – 447 с.
2. Киселев, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество – СМИ – Власть: учебник, М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010, 431 с.
3. Колодкин, В.А. Радиовещание в Интернете: принципы функционирования, типология и структура сайтов: автореф. дис. канд. филол. наук / В.А. Колодкин. – Тольятти, 2005. – 24 с.
4. Лозовский, Б. Журналистика и средства массовой информации [Электронный ресурс] / Борис Лозовский. – Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2007. – 306 с. – Режим доступа: <http://www.znanium.com>.
5. Радиовещание в России в 2015 году. Состояние, тенденции и перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fapmc.ru>.

Дополнительная литература

1. Зарва, М. В. Слово в эфире: О языке и стиле радиопередач: Произношение в радио- и телевизионной речи [Электронный ресурс]: справочное пособие / М. В. Зарва. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. – 376 с. ISBN 978-5-9765-0935-1 (ФЛИНТА), ISBN 978-5-02-037295-5 (Наука). – Режим доступа: <http://www.znanium.com>.
2. Ненашев, М. Ф. Иллюзии свободы. Российские СМИ в эпоху перемен (1985–2009) [Электронный ресурс] / М. Ф. Ненашев. – М.: Логос, 2010. – 320 с. – ISBN 978-5-98704-504-6. – Режим доступа: <http://www.znanium.com>.
3. Прозоров, В. В. Власть и свобода журналистики [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В. В. Прозоров. – 2-е изд., перераб. – М.: Флинта: Наука, 2012. – 240 с. – ISBN 978-5-9765-1071-5 (Флинта), ISBN 978-5-02-037431-7 (Наука). – Режим доступа: <http://www.znanium.com>.

4. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 322 с.
5. Тавокин, Е.П. Журналистика в информационном обществе [Электронный ресурс]: лекция/Е. П. Тавокин. – М.: Издв-во РАГС, 2005. – 32 с. – Режим доступа: <http://www.znanium.com>.
6. Редакторская подготовка изданий: учеб. для вузов обучающихся по специальности «Издательское дело и редактирование» / под общ. ред. С. Г. Антоновой. – М.: Логос, 2004. – 495 с.
7. Ушанов, П. В. Медиа рилейшнз: Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations [Электронный ресурс]: учеб. пособие / П. В. Ушанов. – М.: Флинта, 2012. – 80 с. – ISBN 978-5-9765-0749-4. Режим доступа: <http://www.znanium.com>.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.bolgarradio.com> – сайт радиостанции «Болгар»
2. <http://www.europaplus.ru> – сайт радиостанции «Европа Плюс»
3. <http://www.rusradio.ru> – сайт радиостанции «Русское радио»
4. <http://www.hitfm.ru> – сайт радиостанции «Хит FM»
5. <http://www.bimradio.ru> – сайт радиостанции «БИМ»
6. <http://radiomillenium.ru> – сайт радиостанции «Миллениум»
7. <http://tataram.ru/kuray/> - сайт радиостанции «Курай»
8. <http://www.tatarradio.ru> – сайт радиостанции «Татар радиосы»
9. <http://www.tartip.ru> – сайт радиостанции «Тартип FM»
10. <http://www.echo.msk.ru> – сайт радиостанции «Эхо Москвы»
11. <http://www.retrofm.ru> – сайт радиостанции «Ретро FM»
12. <http://www.loveradio.ru> – сайт радиостанции «Love радио»
13. <http://www.radiorecord.ru> – сайт радиостанции «Рекорд»
14. <http://relax-fm.ru> – сайт радиостанции «Relax FM»
15. <http://www.dfm.ru> – сайт радиостанции «D-FM»
16. <http://e-radio.ru> – Интернет-радио и ТВ. Сайт о сетевых СМИ

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Тест по теме 1

Примеры тестовых вопросов:

1. В каком году началось массовое радиовещание в России?

- а) 1924;
- б) 1925;
- в) 1926;
- г) 1927.

2. В каком году А.С. Попов изобрел радио?

- а) 1895;
- б) 1903;
- в) 1896;
- г) 1890.

3. Кто впервые в мире получил патент на изобретение радио?

- а) Попов;
- б) Маркони;
- в) Иоффе;
- г) Белл.

4. Как называлось общество, регулирующее отечественное радиовещание в годы его зарождения?

- а) Радиокомитет;
- б) Радиоточка;
- в) Радиослушатель;
- г) Радиопередача.

5. Как назывались первые радиоведущие?

- а) дикторами;
- б) конферансами;
- в) ди джеями;
- г) модераторами.

6. Чем можно охарактеризовать 30-е годы в развитии отечественного радио?

- а) Появлением радиофильма;
- б) Появлением звукозаписи оптическим способом;
- в) Внешним регулированием радиовещания;
- г) Изменениями во всех аспектах организации и практики вещания.

7. В каком году возник радиорепортаж? а) 1925; б) 1928; в) 1930; г) 1932.

8. В какие годы стартовало детское вещание на отечественном радио?

- а) в 1920-е;
- б) в 1930-е;
- в) в 1940-е;
- г) в 1970-е.

9. Что составило основу программ информационного и общественно-политического вещания в годы Великой Отечественной войны?

- а) Материалы Совинформбюро;
- б) Радиогазеты РОСТА;
- в) «Последние известия»;
- г) Агитационно-пропагандистские речи Сталина;

10. Кто выступил по радио с общением к народу в связи с победой над гитлеровской Германией 9 мая 1945 году?

- а) Ю. Левитан;
- б) В. Гусев;
- в) И. Сталин;
- г) Н. Потапов.

11. Какая часть радиовещания в послевоенном Советском Союзе была занята передачами, идущими в записи?

- а) 100%;
- б) 30%;
- в) 95%;
- г) 50%.

12. В каком году Всесоюзное радио впервые стало круглосуточным?

- а) 1955;
- б) 1960;
- в) 1965;
- г) 1970.

13. Какие радиопрограммы пользовались наибольшим интересом советских слушателей в 1970-1980-е гг.:

- а) Информационные;
- б) Развлекательные;
- в) Художественно-публицистические;
- г) Научно-популярные.

14. В какие годы возрождается преимущество прямого эфира на отечественном радио?

- а) 1960-е;
- б) 1970-е;
- в) 1980-е;
- г) 1990-е.

15. Вещание какой радиостанции положило начало коммерческому FM вещанию в России?

- а) Эхо Москвы;
- б) Радио России;
- в) Маяк;
- г) Европа плюс.

16. На какой радиостанции прошел первый в отечественной истории радиовещания телефонный сеанс с аудиторией в прямом эфире?

- а) Маяк;
- б) Юность;
- в) Ностальжи;
- г) Эхо Москвы.

17. Чем характеризуются 1990-е гг. в развитии отечественного радиовещания?

- а) развитием коммерческих радиостанций;
- б) развитием государственных радиостанций;
- в) появлением интерактивного общения со слушателями;
- г) исчезновением информационного радиовещания.

18. Какая радиостанция стала первой отечественной радиостанцией в Интернете?

- а) Динамит;
- б) Русское радио;
- в) Маяк;
- г) Радио 101.

19. Назовите самый крупный медиахолдинг 2000-х гг., в который входят несколько российских радиостанций?

- а) Лагардер Груп;
- б) Проф-Медиа;
- в) Русская медиагруппа;
- г) Газпром-Медиа.

20. По какому принципу развивается радиовещание в 2010-е годы?

- а) цифрового радио;
- б) сетевого радио;
- в) регионального радио;
- г) местного радио.

Приложение 2. Задания для оценочной формы контроля

Письменная контрольная работа по темам 4 и 8

Сделайте сравнительный анализ государственной радиостанции (на выбор) и её версионного сайта. Изучите версионные сайты радиостанций «Маяк», «Радио России», «Татарстан» и других государственных радиостанций, а затем охарактеризуйте работу самой радиостанции в FM-диапазоне и сделайте сравнительный анализ в свободной форме по следующим пунктам:

1. Тип и формат основного радио;
2. Тип версионного сайта радио;
3. Функции версионного сайта;
4. Внешний вид и глубина сайта;
5. Соответствие сайта основному эфиру.

Письменная контрольная работа по теме 5

Определите формата коммерческой радиостанции (на выбор). Работа выполняется в свободной форме, но должна включать в себя следующие обязательные пункты, анализ которых позволит верно определить формат радиостанции:

1. Название и слоган радио;
2. Частота вещания;
3. Место в системе радиовещания РФ (форма собственности; тип радиовещания; целевая аудитория радиоканала; территория вещания);
4. Сетка вещания;
5. Характеристика работы ведущих;
6. Основные программы и передачи;
7. Основной стиль музыки;
8. Стиль музыкальных программ;
9. Характер музыкального оформления радиоканала;
10. Характер речевой подачи материала;
11. Анализ информационных программ (если таковые имеются);
12. Основной темп и атмосфера радиоэфира.

13. Тип версионного сайта радиостанции.

Для того, чтобы проанализировать все указанные пункты, внимательно изучите эфир радиостанции, отметьте все детали радиоэфира. На основе всех вышеуказанных пунктов сделайте вывод и определите формат радиостанции.

Реферат-анализ работы местной или республиканской радиостанций по теме 6

В основе реферата-анализа может лежать работа следующих радиостанций:

- 1) БИМ-радио;
- 2) Миллениум;
- 3) Татар радиосы;
- 4) Болгар радиосы;
- 5) Тартип-FM;
- 6) Курай.

Работа выполняется в текстовой форме с использованием таблиц и диаграмм (если необходимо). Анализ должен включать в себя следующие параметры:

- название радио;
- частоту вещания;
- зону покрытия;
- тип и формат;
- слоган и сайт;
- структуру радиостанции;
- информацию о сотрудниках радиостанции;
- уровень технической оснащенности;
- технологию выхода в эфир;
- сетку вещания.

Контрольная работа по описанию типа Интернет-радиостанции по теме 8

Опишите один из типов Интернет-радио (радио он-лайн, версионный сайт, персональное радио) по следующему плану:

1. Зарождение и развитие данного типа в России;
2. Характеристика данного типа Интернет-радиостанции;
3. Перспективы развития (собственное мнение);
4. Примеры радиостанций, соответствующих данному типу.

Приложение 3. Образец титульного листа

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Казанский (Приволжский) федеральный университет»

ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИХ НАУК

И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

КАФЕДРА ТЕЛЕВЕЩАНИЯ И ТЕЛЕПРОИЗВОДСТВА

Направление: 42.03.04 – Телевидение

Контрольная работа (реферат-анализ)

ТЕМА

Выполнил:

Бакалавр 4 курса

Группа №_____

ФИО

Преподаватель:

Должность, степень

ФИО

Учебное издание
Арсентьева Галина Леонидовна
Современное радиовещание России