

5. Типология современных радиостанций

1. Особенности формирования отечественной системы радио.
2. Типология современных радиостанций и рынков радио.
3. Основные форматы радиостанций.
4. Технологии распространения радиосигнала.

1. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ РАДИО

- До 1990 г. в системе СМИ СССР радиовещание – централизованные государственные каналы и выполняло государственный заказ на распространение советской идеологии – модель государственная, советская, тоталитарная.
- В 1990 г появилось музыкально-развлекательное радио – «Европа плюс Москва», «Ностальжи» - коммерческая модель.
- 1991 г. – трансформация государственного радио:
 - изменение системных признаков,
 - смена иерархии функций,
 - смена типологии радиоканалов,
 - новые принципы экономического функционирования,
 - приемы работы, механизмы коммуникации с аудиторией, программные стратегии,
 - появились новые профессии, новая инфраструктура, перераспределение аудитории.

Контроль за реализацией государственной политики в области радиовещания

- Министерство связи и массовых коммуникаций РФ (Минкомсвязь),
- Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (Роспечать),
подразделение Минкомсвязи,
- Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор),
- Федеральная конкурсная комиссия
Роспечати (ФКК) – выдает лицензии на
вещание.

Органы саморегулирования

- Национальная ассоциация телерадиовещателей (НАТ),
- Российская ассоциация радиовещателей (РАР),
- Корпорация «Радио»,
- Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР),
- Рекламная федерация регионов (РФР),
- Фонд независимого радиовещания (ФНР).

2. ТИПОЛОГИЯ СОВРЕМЕННЫХ РАДИОСТАНЦИЙ И РЫНКОВ РАДИО

Радиостанции делятся

- По форме собственности,
- Способу финансирования,
- Зоне охвата,
- Принципу программирования,
- Типу производимого контента, форматам и т.д.

По форме собственности: государственные и негосударственные. Могут быть религиозные радиостанции. Общественного радио в России нет.

Государственные:

Станции федерального уровня:

- ВГТРК: 5 радиостанций – «Радио России», «Маяк», «Радио Культура», «Вести FM», «ЮFM» (радиостанция «Юность»), 93 региональных телерадиокомпаний во всех субъектах РФ.
- Радиостанция классической музыки «Орфей». Принадлежит ФГБУ «РГМЦ» - Российский государственный музыкальный телерадиоцентр.
- Станция «Радио Спутник» - вещание на зарубежные страны.
- Ведомственные станции – «Милицейская волна», радиостанция «Звезда».
- «Газпром-Медиа»: «Эхо Москвы», *Like FM, Relax FM*, «Детское радио», *Comedy Radio*, + радиостанции вещательной корпорации Проф-Медиа «Авторadio» *Romantika*, Юмор FM, *Energy*, портал интернет-радиостанций 101.ru.

Станции, принадлежащие краевым, областным и муниципальным административным структурам.

- **Негосударственные (частные) радиостанции** принадлежат различным собственникам – частным лицам, крупным бизнес-структурам и организациям с разными формами собственности.

По видам финансирования радиостанции могут быть коммерческими и дотационными/субсидируемыми.

Источники дохода коммерческих: реклама, спонсорство, продакт плейсмент, гранты от государственных структур, выручка от пиар-проектов, услуги по записи или монтажу аудиоматериалов, проведение мероприятий и акций, записи музыки и др.

Источник дохода государственных РС – государственные субсидии в соответствии с Законом «О Федеральном бюджете». Они же выделяются негосударственным радиостанциям на реализацию социально значимых радиопрограмм Роспечатью.

Основной подход к типологии рынков радио учитывает

- потенциальную территорию вещания,
- численность населения, попадающего в зону покрытия,
- платежеспособность региона.

Выделяют 3 типа рынков радио в России

- Крупные рынки – 15 городов с населением от 1 млн. человек (города-миллионники). Высокая концентрация радиостанций, острая конкуренция за аудиторию и рекламодателя.
- Средние рынки – 25 городов с населением от 500 тыс. до 1 млн. человек.
- Мелкие рынки – с населением до 500 млн. человек.

По **зоне охвата** радиостанции бывают сетевые (вещающие в нескольких населенных пунктах) и местные (локальные).

- Сетевые бывают государственные и частные. Федеральные сетевые станции имеют обязательную зону покрытия – вся территория России («Радио России»).
- В РФ создаются региональные радиосети – один и тот же формат распространяются по радиостанциям, вещающим в границах одной или смежных областей (телерадиокомпания «Югра» в 119 городах Ханты-Мансийского автономного округа).
- Местные (локальные) радиостанции – станции, вещающие в границах одного населенного пункта и самостоятельно производящие и вещающие 24 часа в сутки собственный контент.

По принципу программирования радиостанции делятся на станции собственного программирования и сетевые (работающие по франшизе). По стране около 600 станций производят в том или ином объеме собственный программный продукт. В России высокий уровень концентрации радиобизнеса – создание радиохолдингов с одинаковыми стратегиями – заполнить собственным продуктом как можно больше разработанных аудиторных ниш. Это создает относительную однородность рынка с точки зрения контента и отсутствие необходимого разнообразия.

Крупнейшие московские радиохолдинги

Холдинги	Станции
Всероссийская государственная телерадиокомпания	«Радио России», «Маяк», «Юность», «Культура», «Вести FM»
Европейская медиагруппа	«Европа Плюс», «Ретро FM», «Радио 7», «Кекс FM», «Радио Рекорд», «Спорт FM», «Дорожное радио»
Русская Медиагруппа	«Русское радио», <i>DFM</i> , <i>Monte Carlo</i> , <i>Хит FM</i> , <i>Maximum</i>
Газпром-Медиа (Вещательная корпорация «Проф-Медиа»)	«Эхо Москвы», <i>Like FM</i> , «Детское радио», <i>Relax FM</i> , <i>Comedy Radio</i> , «Юмор FM», <i>Energy</i> , <i>Romantika</i> , «Авторadio»
<i>Krutoy Media</i>	<i>Love Radio</i> , Радио «Дача», «Такси FM»
«Изюм»	«Весна FM», «Восток FM», «Столица»
«Мультимедиа Холдинг»	«Наше радио», <i>BEST FM</i> , <i>Rock FM</i> , <i>ULTRA</i> , «Радио Jazz», информационное агентство «Национальная служба новостей (НСН)»
«Румедиа»	<i>Business FM</i> , «Шоколад»

Единичные радиостанции – это станции, которые либо входят в мультимедийный холдинг, либо принадлежит структуре, сосредоточенной на развитии этой одной, но очень популярной станции («Серебряный дождь»).

Единичные станции, входящие в мультимедийные холдинги:

- Радиостанция «Звезда» - ОАО «Телерадиокомпания Вооруженных Сил Российской Федерации Звезда» (+телеканал «Звезда», газеты),
- Радиостанция «Милицейская волна» - ГУ «Объединенная редакция Министерства внутренних дел РФ» (газета «Щит и меч», журнал «Полиция России» и пр.),
- Радиостанция «КП» - ЗАО «ИД «КП»» (газеты «КП», журнал «Телепрограмма», «Экспресс-газета», газета «Советский спорт», журнал «Советский спорт. Футбол», сайт kp.ru),
- Радиостанция «Коммерсантъ FM» - АО «Коммерсантъ» (журналы «Деньги», «Власть», «Огонек», «Автопилот», сайт, газета).

3. ОСНОВНЫЕ ФОРМАТЫ РАДИОСТАНЦИЙ

По типу производимого контента радиостанции делятся на музыкальные (*music*), информационные (*news*), разговорные (*talk*), и гибридные формы (*music & talk, news & talk, all music, all news, all sport* и пр.).

- **Музыкально-информационные радиостанции** – станции с преобладанием музыкального контента, но с присутствием серьезных новостей («Русское радио», «Наше радио», «Авторадио») – музыкально-развлекательное радио. Процентное соотношение музыки и текста от 80:20 до 65:35.
- **Информационно-музыкальные радиостанции** – станции с преобладанием информационного контента. В России фактическое соотношение музыки и текста может быть в пользу музыки (75 % музыки, 25 % информации). Новости и информационные программы рассматриваются как важный компонент эфира, а музыка – как сопровождение информационного контента.

- **Музыкально-разговорные радиостанции** – станции, где кроме новостей и музыки в эфире много разговорных программ. Соотношение музыки и текста – 50:50.
- **Информационные радиостанции** – станции, эквивалентные американскому формату, *all news*. Выпуски новостей, тематические информационные рубрики, комментарии, репортажи.
- **Информационно-разговорные радиостанции (информационно-аналитические)** – кроме новостей и информационных программ присутствует разговорный контент – дискуссионные программы, тематические рубрики и т.д. (*news & talk*).

Формат – концепция вещания станции, призванная привлечь определенную аудиторию с учетом ее социально-демографических, психо-типических, поколенческих характеристик, стиля жизни и уровня духовного развития.

Выделяют следующие форматы

- ***For all radio*** – радио для всех. До 1950-х гг. – основной принцип программирования. Задача – удовлетворять потребности всех слушателей от 5 до 75 лет. Государственные и общественные станции.
- ***AC – adult contemporary*** – современное радио для взрослых (возраст 25-45 лет). Музыкальное наполнение – легкая музыка в стиле поп, поп-рок. Музыка преобладает над разговорами. Диджеи сдержаны и корректны. Новости консервативны. Музыкальные блоки по 10-12 минут.
- ***CHR – contemporary hit radio*** – современное радио хитов. 12-35 лет. Музыка, популярная в настоящее время. Новостям – второстепенное значение. Диджеи более развязные, говорящие на языке аудитории.
- ***Country*** – схож с шансоном и бардовской песней.

- **AOR – album oriented rock** – рок альбомы. Для мужчин от 35 лет.
- **MOR – middle of the road** – радио середины пути. Мужчины от 35 лет. Много разговорного контента.
- **Easy listening**. Разговорного контента мало. Инструментальные композиции и оркестровая музыка.
- **Jazz** – для состоятельных людей 45+. Позиционирование для успешных бизнесменов от 40 лет.
- **National hit radio** – национальное радио хитов.
- **Oldies** – ретро. Мужчины и женщины от 35 лет.
- **Rock** – для мужчин и подростков.
- **All news** – только новости. Информационный контент.
- **News & Talk** – информационно-разговорный контент.
- **Variety** – разнообразие. Смешение музыкальных стилей и направлений.

- За 20 лет произошла адаптация западных разработок и национализация шаблонов.
- Развита формат музыкального радио:
- Наиболее развиты *AC – adult contemporary* и *CHR – contemporary hit radio* («Европа плюс», Love Radio и пр.).
- Информационно-разговорное радио – «Эхо Москвы», «Коммерсантъ FM», «Бизнес FM», «Вести FM», «РСН», «КП».
- Станции-каналы иновещания – ВВС, «Радио Свобода».
- Для детей – «Детское радио».
- Спортивное радио – «Спорт», «Зенит».
- Просветительское радио – «Культура», «Орфей».
- *For all radio* – общественное радио по типу программирования – «Радио России».
- Радио для взрослых – формат *AC – adult contemporary*. «Дача», «Милицейская волна», «Ретро», «Авторadio», «Дорожное радио».
- Отдельный формат радио «КП» - человек человеку о человеке.
- Радио нашего города – высокая включенность в жизнь города за счет информационных программ, тематических рубрик, спецпроектов. Текст занимает до 50%.
- Музыкальный ящик – музыка в режиме нон-стоп без новостей и диджеев (*Relax FM*).

4. ТЕХНОЛОГИИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ РАДИОСИГНАЛА

Ежесуточная аудитория радио более 40 млн. человек

- 80% аудитории – в автомобиле,
- 53% - через радиоприемник,
- 23% - через компьютер,
- 23% - через мобильный телефон,
- 18% - сети проводного вещания,
- 12% - через ТВ,
- 7% - через плеер,
- 5% - через планшет.

Используемые устройства для слушания радио



Проводное радио – система передачи звуковых программ по кабелю неограниченному числу слушателей. Важно для гражданской обороны.

Наземное эфирное вещание на территории России ведется в диапазонах:

- Длинных волн (ДВ) – 0,9 % лицензий,
- Средних волн (СВ) – 4,2 %,
- Коротких (КВ) – 0,3 %.
- УКВ – 32,1 %.
- УКВ/FM – 62,5 %.

СВ и ДВ – для трансляции национальных радиопрограмм федерального значения на территории России. Требуются мощные передатчики.

Цифровое радиовещание ведется во всех видах цифрового телевидения. Только 5 % населения могут слушать радио через эфирное цифровое ТВ.

Спутниковое радио – цифровое радио, вещающее при помощи спутников связи. Охватывает большую территорию, обеспечивая высокое качество звука и другие сервисы. Работают практически без рекламы. «Триколор ТВ» сформировал цифровой пакет «Радиопакет Триколор ТВ», в который входит около 40 российских станций.

Гибридное радио – сочетает возможности эфирного приема и подключение к Интернету.

Формы радио в Интернете

- Дублирование эфирного вещания. Интернет – способ доставки контента.
- Интернет-радио или веб-радио. Автономная от эфирного вещания радиостанция, использующая технологи потокового вещания в Интернете. Создается аудиопоток, аудитория может слушать его в режиме реального времени.
- Подкасты. Либо отдельный аудиофайл, либо регулярно обновляемая серия таких файлов, публикуемых на одном ресурсе Интернета с возможностью подписки. Они «лежат» на сервере и к ним можно вернуться в любое время. Нет привязки к реальному времени.

Тенденции развития современного радио

- Высокий уровень конкуренции – трудно обеспечить коммерческую успешность всех игроков на рынке.
- Движение рекламных бюджетов из центра в регионы – сетевые радиостанции движутся туда же – следствие – сетевая унификация, нет желаемого разнообразия.
- Поиск новых форматов, идей, кадров, способов привлечения аудитории.
- Огосударствление/аффилирование коммерческих станций с государственными структурами.
- Мультимедийные технологии создания и распространения контента, конвергенция совместно с газетами.
- Усложнение медиапотребления.
- Новые формы взаимодействия со слушателями: интерактивность, аудиоконтент в соцсетях.