

УДК 070 (075.8)

**СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА НИЖЕГОРОДСКОГО РАДИОВЕЩАНИЯ  
В АСПЕКТЕ ТРЕНДОВ И БАЗОВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ**

© 2015 г.

*С.В. Асланова*

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Н. Новгород

snovatorova@mail.ru

*Поступила в редакцию 06.04.2015*

За последние двадцать лет на территории Нижегородского региона сформировалась полноценная система радиовещания, включающая в себя медийные ресурсы различных типов, форм и вещательных направлений. В статье изучается эта система в контексте трендов и базовых тенденций её развития. В качестве методики работы были использованы как изучение и систематизация теоретических источников по выбранному предмету исследования, так и включенное наблюдение в работу нижегородских радиостанций с последующим контент-анализом.

*Ключевые слова:* современное радиовещание, тренды и базовые тенденции в развитии, мультимедийность, медиаконвергенция, региональные вещатели, нижегородское радио, аудиоконтент.

Нижегородский регион сегодня имеет обширную систему аудиоСМИ, в развитии которой можно выделить как общероссийские, так и региональные особенности. Современная радиовещательная система начала складываться в Нижнем Новгороде и в области, как и в целом по стране, в начале 90-х годов прошлого века – параллельно с глобальными политико-экономическими изменениями и формированием нового общественного сознания. Первые позывные коммерческих радиостанций зазвучали в российском эфире в 1990 году, а через два года появилась и первая независимая радиостанция в Нижнем Новгороде – «Радио Рандеву», которая изначально воспринималась аудиторией как нечто абсолютно инновационное и впечатляющее [1]. Через полгода в городе начал вещание ретранслятор московской радиостанции «Европа Плюс». Вслед за ним появилась другая, не менее популярная в столице радиостанция – «Радио 101», что, собственно, и послужило началом формирования новой системы регионального радиовещания, включающей в себя как государственные, так и частные предприятия, с различными способами передачи сигнала, разным охватом вещания и необычным для того времени программингом [3].

Сегодня, спустя двадцать лет, эта система по-прежнему поступательно развивается, хотя на пути развития ей приходится сталкиваться с трудностями, обусловленными, в первую очередь, экономическими и политическими событиями в стране и в мире.

К примеру, мировой экономический кризис 2008 года привел к сокращению бюджетов на

рекламу на радио по всей стране, и ряд радиостанций, в том числе и в Н. Новгороде, были вынуждены оптимизировать свои расходы. Это повлекло за собой приостановку технического перевооружения радиостанций, уменьшение количества эфирных и внеэфирных акций, сокращение числа сотрудников и перераспределение должностных обязанностей среди оставшихся работников. Подобного же рода проблемы возникли у радиовещателей и в конце прошлого года на волне нового экономического кризиса в стране.

Однако, несмотря на вышеозначенные кризисные явления, определяющими в динамике развития регионального радиовещания, особенно *в технологическом аспекте*, по-прежнему остаются общемировые тренды, а именно:

– упрощается и оптимизируется технология передачи сигнала эфирного радиовещания радиостанций-ретрансляторов, широко используются оптоволоконные сети и интернет-технологии;

– выстраивание контента эфирных часов осуществляется на базе унифицированных компьютерных программ автоматизации радиоэфира, таких как Digiton Synadyn или DJin [4, с. 67];

– большая часть радиостанций осуществляет интерактивное общение с аудиторией посредством таких технологических инструментов, как SMS-порталы, сайты и блоги, активно развивается работа радиостанций с социальными сетями.

*С точки зрения маркетинга* нижегородское радиовещание также подчиняется общемировым и общероссийским трендам, однако есть здесь и собственная специфика развития. Базовым направлением в данном аспекте являются

слияния, поглощения и унификационные процессы, в частности:

- большая часть региональных радиостанций разных типов уже объединена или продолжает объединяться в межмедийные холдинги или мультибрендовые группы. Из устоявшихся в регионе холдингов можно отметить предприятия А. Малышева («Русское радио в Нижнем Новгороде», «Радио 7 в Нижнем Новгороде», «Радио Шансон в Нижнем Новгороде»), а также холдинг М. Фридмана («Авторadio в Нижнем Новгороде», «Радио NRJ в Нижнем Новгороде», «NN-радио»). Из новых объединений хотелось бы отметить межмедийную группу Д. Москвина (газета «КоммерсантЪ в Нижнем Новгороде», радио «КоммерсантЪ-FM в Нижнем Новгороде», информагентство РБК в Нижнем Новгороде и мультимедийный портал Gorky.tv), а также появление в городе сетевой радиостанции «Комсомольская правда» в дополнение к газете «Комсомольская правда в Н.Новгороде»;

- станции-ретрансляторы, приносящие небольшой доход, уходят с рынка в угоду более рейтинговым вещателям, собственники продают активы или меняют головного вещателя (из последних подобных «перестановок» отметим замену собственником локального «Радио Арсенал» на ретранслятор московской радиостанции «Юмор FM»);

- тенденция к постоянному уменьшению расходов в контексте экономической ситуации приводит к сокращению числа сотрудников на радиостанциях и всё большей их универсализации с точки зрения профессиональных навыков (например, дежурный редактор «КоммерсантЪ-FM» одновременно готовит новости для радиостанции, газеты, видеоподкасты для портала «Gorky.tv» и информационной ленты РБК).

Сюда же можно отнести и тенденцию к постоянному увеличению числа станций информационно-разговорного направления – как средств массовой информации, которые могут успешно предлагаться клиентам в качестве медиаресурсов, оказывающих политическое влияние. К примеру, за два последних года в городе появились станции-ретрансляторы таких радиостанций, как «СпортFM» и «КоммерсантЪ-FM» в добавление к уже существующим «Вести FM» и «Бизнес-FM в Нижнем Новгороде»).

*В контексте журналистского творчества* также следует отметить как общие, характерные для всей страны тренды, так и специфические особенности развития. К общероссийским трендам можно отнести следующие:

- создание все большего количества мультимедийных визуализированных элементов контента, размещаемых в социальных сетях и на сайтах

- радиостанций (наиболее успешный пример – работа с уже упоминавшимися электронными площадками радиостанции «NN-радио»);

- производство конвергентного контента (например, по принципу конвергенции создаются материалы для уже упомянутых выше радиостанций «Комсомольская правда в Нижнем Новгороде» и «КоммерсантЪ-FM»);

- акцент на интерактивное общение в эфире. Наиболее успешными в контексте интерактивности традиционно являются программы, созданные по музыкальным заявкам, эфирные конкурсы с дорогостоящими призами и передачи с экспертом или спикером в студии с возможностью звонков в прямой эфир. Однако нынешний высокий уровень интерактивности достигается, в первую очередь, за счет онлайн-присутствия станции как вещателя в социальных сетях и на других электронных площадках, что дает слушателю возможность активного виртуального общения с теми, кто находится в эфире;

- в качестве тематического контента нижегородскому слушателю предлагаются экономические, спортивные и прочие специализированные информационные выпуски, а также цикловые программы (к примеру, посвященные значимым для региона историческим датам или персоналиям), которые с каждым годом становятся все динамичнее и лаконичнее.

К сожалению, на современном региональном радио укоренился ряд давно устаревших креативных решений, характерных для многих (но не для всех) российских региональных радиовещателей:

- стремление к созданию так называемых «пакетированных» жанров при производстве информационного контента (к примеру, местный выпуск радионовостей практически на любой радиостанции состоит из радиосообщений и коротких комментариев), классические репортажи и корреспонденции появляются, пожалуй, в эфире лишь нескольких местных радиостанций, таких как: «Образ», «Вести FM», «Маяк», «NN-радио»;

- большие нестандартные шоу и внеэфирные акции, как правило, приурочены к наиболее значимым датам и, как следствие, крайне редки для нижегородского радиоэфира. Это связано не только с экономическими причинами, но и с уровнем квалификации эфирного персонала.

Вместе с тем, нижегородскому современному радиовещанию присущи и уникальные черты – не зря Нижний Новгород называют колыбелью радио, имея, правда, в виду работу Нижегородской радиолоборатории еще в начале XX века [2].

Во-первых, в регионе любят экспериментировать с созданием нестандартных предприятий в сфере радио – достаточно вспомнить одну из первых в стране уличных радиостанций «Радио на Покровке», открывшуюся в 2003 г., ставшую неоднократным лауреатом международных и всероссийских творческих конкурсов. Еще одним нестандартным, но поныне действующим и развивающимся радиопроектom можно назвать «Радио Образ» – собственновещательную некоммерческую просветительскую информационно-музыкальную станцию, которая весьма успешно конкурирует с маститыми станциями в FM-эфире.

Интересным экспериментом стало возникновение в 2013 г. и радиостанции «Радио Точка НН», проводной станции, вещающей на городских остановках практически по всему городу. К сожалению, собственники проекта не просчитали его экономической целесообразности, и через год проект пришлось закрыть.

Открытие ретранслятора радио «Коммерсантъ в Нижнем Новгороде» можно назвать явлением уникальным, поскольку этот проект изначально имеет мизерную целевую аудиторию в нашем городе. Это утверждение подтверждает хотя бы тот факт, что тираж газеты «Коммерсантъ» с региональной вкладкой, как правило, не превышает трех тысяч экземпляров. Однако накануне очередных региональных и муниципальных выборов бренд «Коммерсанта», по мнению собственников медиахолдинга, который приобрел права на ретрансляцию сигнала одноименной московской станции, может сыграть значимую роль в формировании общественного мнения среди нижегородских деловых кругов, топ-менеджеров регионального бизнеса.

Еще одним локальным трендом радиовещания Нижегородского региона можно назвать увеличение доли информационного контента социального и благотворительного характера. Лидерами в этом направлении, бесспорно, являются радиостанции «Образ», «NN-радио», «Серебряный дождь в Нижнем Новгороде». Кстати, многие акции нижегородского «Дождя» настолько высоко оценены головным вещателем, что повторяются в Москве, транслируются на всю страну и имеют большой успех у федеральной аудитории.

Следует отметить и ряд негативных моментов, мешающих дальнейшему развитию радиовещания в регионе в целом. Кроме тенденции к унификации аудиоконтента, производимого для разных типов радиовещания, о которой уже говорилось выше, эфир большинства нижегородских радиостанций характеризуют недостаточ-

ная оперативность при создании выпусков новостей, отсутствие в эфире информационно-аналитических программ, жанрово однообразные тематические передачи. Набор инструментов для продвижения того или иного ресурса также можно назвать скудным – информационная поддержка концертов и спортивных мероприятий, конкурсы с призами, межмедийный промоушн. Накопленный мировым радиосообществом опыт либо игнорируется, либо переносится в местную аудиосреду без учета её специфики. В среде нижегородских радиовещателей наблюдается разобщенность и нежелание перенимать позитивный опыт коллег из других регионов как в плане производства контента, так и в плане способов его продвижения. Да и в оценке слушательских предпочтений нижегородские вещатели в целом привыкли опираться не на качественные социологические исследования социальных портретов разных сегментов локальной аудитории, проводимые, к примеру, ВЦИОМ, компаниями Ромир-мониторинг, КОМКОН или другими, а на интуицию и накопленный опыт, который, кстати, не всегда является мерилom профессионального отношения к делу.

Несмотря на всё вышесказанное, тренды и базовые тенденции функционирования и развития региональных аудиоСМИ во многом являются зеркалом, в котором отражены общероссийские проблемы и перспективы развития современного радиовещания. Вместе с тем, нижегородское радио является хранителем собственного исторического опыта вещания и собственных вещательных традиций, а его лучших представителей отличает близость к своему слушателю, открытость и стремление быть в тренде, что и определяет общее ответное настроение аудитории – желание доверять радио и даже быть эмоционально зависимым от него.

#### *Список литературы*

1. Асланова (Новаторова) С.В. Нижегородское коммерческое радиовещание 1992–2003 гг. «Радио Рандеву». Н. Новгород, 2003. С. 7.
2. Батаков В.Е., Ухин В.А. Говорит город Горький. Горький: Волго-Вятское кн. изд-во, 1978.
3. Болотова Л.Д. Отечественное радиовещание в начале XXI века: новые реалии и старые проблемы // Телерадиоэфир: История и современность / Под ред. Я.Н. Засурского. М., 2005. 239 с.
4. Бубукин А.В. Эфирные тайны. Новосибирск, 2003. С. 148.
5. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / Под ред. А.Г. Качкаевой. М., 2010. С. 73.

6. Плавник А.А. Основные этапы развития аудиовизуальных СМИ: Учеб.-метод. комплекс для студентов фак. журналистики спец. Е 230108-02 «Журналистика». Мн.: БГУ, 2003. 103 с.

7. Сухарева В.А. Отечественное радиовещание в условиях демонополизации эфира (1985–1997 гг.). // Отечественное радио в современных условиях: Сб. ст. / Под ред. А.А.Шереля, В.В. Гаспаряна. М., 1998. С. 8–45.

8. Цвик В.Л. О конвергенции в журналистской науке // Вестник электронных и печатных СМИ. Вып. № 10. М.: ИПК ТВ и РВ, 2010.

*References*

9. Сайт радиостанции «НН-радио» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.nnradio.info>.

10. Сайт радиостанции «Радио Образ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.radio-obraz.ru>.

11. Сайт радиостанции «Радио Рандеву» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.randevu-radio.ru>.

12. Сайт радиостанции «Серебряный дождь в Н. Новгороде» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.region.silver.ru/nn.fak.zhurnalistiki.spec.E230108-02> «Zhurnalistika».

Мн.: BГУ, 2003. 103 s.

**MODERN SYSTEM OF NIZHNI NOVGOROD BROADCASTING  
IN THE CONTEXT OF BASIC DEVELOPMENT TRENDS**

*S.V. Aslanova*

The article examines the regional broadcasting system of Nizhni Novgorod, which includes different types of media: public and private, commercial and educational, music and information, local and network – all of these resources are now fighting for their right to be heard in the market of regional broadcasting media. In a continuous process of optimizing their work, radio stations in the region are modified under the influence of both objective and subjective processes. The formation of a modern and efficient local broadcasting model is affected not only by the rapid development of new technologies and new electronic trading platforms, but also by economic reasons. In many respects, the model of broadcasting radio stations was formed in the region based on subjective preferences of media owners.

*Keywords:* modern broadcasting, trends in the development of radio broadcasting at the present stage, multimedia, media convergence, regional broadcasters, Nizhni Novgorod radio, audio content.

1. Aslanova (Novatorova) S.V. Nizhegorodskoe kommercheskoe radioveshchanie 1992–2003 gg. «Radio Randevu». N. Novgorod, 2003. S. 7.

2. Batakov V.E., Uhin V.A. Govorit gorod Gor'kij. Gor'kij: Volgo-Vyatskoe kn. izd-vo, 1978.

3. Bolotova L.D. Otechestvennoe radioveshchanie v nachale XXI veka: novye realii i starye problemy // Teleradioehfir: Istoriya i sovremennost' / Pod red. Ya.N. Zaslusksogo. M., 2005. 239 s.

4. Bubukin A.V. Ehfirnye tajny. Novosibirsk, 2003. S. 148.

5. Zhurnalistika i konvergenciya: pochemu i kak tradicionnye SMI prevrashchayutsya v mul'timedijnye / Pod red. A.G. Kachkaevoy. M., 2010. S. 73.

6. Plavnik A.A. Osnovnye ehrapy razvitiya audiovizual'nyh SMI: Ucheb.-metod. kompleks dlya studentov

7. Suhareva V.A. Otechestvennoe radioveshchanie v usloviyah demonopolizacii ehfira (1985–1997 gg.). // Otechestvennoe radio v sovremennyh usloviyah: Sb. st. / Pod red. A.A.Sherelya, V.V. Gasparyana. M., 1998. S. 8–45.

8. Cvik V.L. O konvergencii v zhurnalistskoj nauke // Vestnik ehlektronnyh i pechatnyh SMI. Vyp. № 10. M.: IPK TV i RV, 2010.

9. Sajt radiostancii «NN-radio» [Ehlektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.nnradio>.

10. Sajt radiostancii «Radio Obraz» [Ehlektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.radio-obraz.ru>.

11. Sajt radiostancii «Radio Randevu» [Ehlektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.randevu-radio.ru>.

12. Sajt radiostancii «Serebryanyj dozhd' v N. Novgorode» [Ehlektronnyj resurs]. Rezhim dostupa:

[http://www. region.silver.ru/nn.](http://www.region.silver.ru/nn)