

## Секция «Журналистика»

### Предпосылки появления музыкально-развлекательного радио в России

*Василева Валентина Веселинова*

*Аспирант*

*МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия*

*E-mail: espero88@mail.ru*

1. Появление музыкально-развлекательного радио до сих пор остается таинственной страницей в истории отечественных СМИ. Период с 1990 по 1993 годы, когда в стране запустили такие проекты как «Радио России – Ностальжи», «Европа Плюс», «Радио Рокс», «Модерн» и др., сегодня практически не изучен. Малочисленные исследования, которые существуют по этой теме, в частности, статья В.А. Сухаревой «Битва за эфир», основанная на интервью с генеральным директором программ Центрального радиовещания А.И. Ахтырским, позволяют сделать вывод, что решения со стороны власти принимались спонтанно и без каких-либо тактических и стратегических мотивов. В данном докладе речь пойдет о том, какие причины этому способствовали.

2. Социальные предпосылки. Аудитория устала от старых программ, отсутствия музыки в эфире и стереотипного взгляда на проблемы. Огромный интерес стали вызывать современные исполнители. Популярными становились запрещенные жанры. Гостелерадио пыталось удовлетворить потребность слушателей в музыкально-развлекательных программах, однако, несмотря на все усилия, радиостанции продолжали придерживаться старых принципов работы. Осознавая невозможность предложить аудитории свежие форматы в рамках существующих станций, Гостелерадио приняло решение о запуске русско-французских проектов на собственной базе. Это устраивало всех: аудитория получала новые программы с долгожданной популярной иностранной музыкой, а руководство Гостелерадио - возможность контролировать программный продукт.

3. Политические предпосылки. К концу 1980-ых гг. внешнеполитическая обстановка улучшилась, железный занавес рухнул, отношения между СССР и западными странами потеплели. На волне перестройки Советскому союзу нужно было показать свою политическую зрелость, либерализм и готовность к переменам. СССР стал более открытым для сотрудничества с Западом, в том числе и в области СМИ.

4. Экономические предпосылки. В связи с провозглашением лозунгов о переходе на рыночную экономику, корпорация Гостелерадио, всегда существовавшая за счет государства, должна была начать зарабатывать сама. Так родилась идея позволить арендовать частоты в СССР западным структурам и обратиться в Европу в поисках партнеров.

### Литература

1. Болотова Л.Д. Радиовещание в период перестройки (1985 – 1991)//ВМУ; сер.10,
2. Журналистика. – 2007. - 3
3. День радио. - 1988
4. День радио. - 1989

5. День радио. - 1990
6. Плевако А.С. Кредо информации – эксклюзивность //Голос, который знаком всему
7. миру. - М.,2009.
8. Сухарева В.А. Битва за эфир//Телерадиоэфир: история и современность. –
9. М.: Элиткомстар. - 2008

#### **Слова благодарности**

За подготовку доклада благодарю моего научного руководителя Викторию Александровну Сухареву, а также участников описываемых событий, которые согласились рассказать о процессах 90-ых годов в личных интервью.