

Секция «Журналистика»

Тенденции развития музыкального радиовещания Украины

*Топоркова Ирина Сергеевна*

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет*

*журналистики, Москва, Россия*

*E-mail: irina.toporkova@yandex.ru*

1. Рынок украинского радиовещания представлен в основном музыкально-развлекательными форматами. Исключение составляют три проводных государственных радиоканала и единственная коммерческая радиостанция «Эра», вещающая в формате News / Talk. Низкий уровень развития радио обусловлен несколькими причинами. С одной стороны, это отсутствие экономических возможностей развивать качественное разговорное вещание. Игроки рынка не готовы идти на риски и вкладывать средства в дорогостоящие News / Talk проекты, тем более в условиях кризиса: «Во-первых, чтобы открыть такой проект, нужны большие затраты, гораздо больше, чем для музыкальной станции. А во-вторых, вы представляете, в условиях нашего рынка, сколько я буду работать себе в убыток?»[7]. С другой стороны, низкий уровень развития музыкальных радиостанций. Неспособность рекламного рынка обслужить существующее количество станций приводит к серьёзной борьбе вещателей за рекламные бюджеты и, как следствие, размыванию форматов (в сторону AC (Adult Contemporary) и Hot AC).

2. Одним из главных факторов, способствующих отсутствию качественного музыкального вещания, является законодательство в области коммерческого радиовещания. В соответствии с законом Украины «О телевидении и радиовещании»[6], еженедельно в эфире любой радиостанции 50 % контента должны составлять «национальный аудиовизуальный продукт или музыкальные произведения авторов или исполнителей». Это означает, что любая станция, вне зависимости от формата, обязана пускать в эфир украинский продукт. В противном случае Национальный Совет по телевидению и радиовещанию имеет право изъять лицензию у вещателя (что довольно часто происходит в условиях передела украинского рынка радио). В ноябре 2011 года в правительстве появились инициативы по отмене 50 % квоты. В новой редакции закона предлагалось снизить минимальный объем национального аудиовизуального продукта в эфире до 25 %:

а) В общем объёме вещания каждой телерадиоорганизации не менее 25 % должен составлять национальный аудиовизуальный продукт (было не менее 50 %).

б) Было предложено исключить третий абзац ст. 28 Ч. 4 («В радиопрограммах музыкальные произведения украинских авторов и исполнителей должны составлять не менее 50 % общего еженедельного объема вещания»)[5].

В сложившихся политических условиях (острая борьба партий за власть) принятие любых законодательных актов существенно осложняется.

Законопроект затрагивает национальные вопросы, а кроме того, был вынесен на рассмотрение пророссийской «Партией регионов». Неудивительно, что во втором чтении он лишился необходимых голосов оппозиционеров и был отправлен на бессрочную доработку. По мнению оппозиционных партий, поправки к закону о квотах способствовали бы вытеснению отечественной музыки из эфира[5]. Теперь об изменениях к зако-

ну о квотах на украинский контент заговорят, в лучшем случае, не раньше, чем после парламентских выборов, в худшем – после президентских (чтобы не портить имидж правящей партии).

3. Отсутствие изменений в украинском законодательстве о СМИ означает одно – в ближайшее время на Украине не следует ожидать эволюции музыкального радиовещания. Из-за недостатка украинского контента в требуемом объеме станции научились обходить закон о квотах. В действующем документе не прописано конкретно, что является отечественным продуктом: произведение, записанное на территории Украины или произведение, записанное гражданином Украины. Если верно последнее, то около 50 % авторских произведений исполнителей российской эстрады (украинцев по происхождению) могут считаться украинским национальным продуктом и транслироваться в эфире музыкальных радиостанций. Таким образом, закон о квотах будет только способствовать размыванию форматов и экспансии российской музыкальной индустрии на украинский рынок. В условиях отсутствия контента выжить качественной нишевой радиостанции будет невозможно. Сложившуюся ситуацию усугубит кризис, борьба вещателей за передел рынка и рекламные бюджеты.

### **Литература**

1. Болотова Л.Д., Кравченко С.В. Радиоформаты, форматирование и переформатирование//Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2010. 6.
2. Варганова Е. Теория СМИ: Актуальные вопросы. М.: МедиаМир, 2009.
3. Сухарева В.А., Аллахвердов Радио: музыкальное, новостное, общественное. М., 2001.
4. А.А.Шерель Радиожурналистика: учебник. М.: Изд-во Моск. ун-та: Наука, 2005.
5. Телекритика: [www.telekritika.ua](http://www.telekritika.ua)
6. Законодательство Украины: <http://zakon.rada.gov.ua/>
7. Из личного интервью с Игорем Чернышевым, генеральным директором ТАВР медиа. Апрель 2011 год. Архив автора.