

Секция «Журналистика»

Радиостанция «Коммерсантъ FM»: реализация формата all news

Малашенко Ульяна Игоревна

Аспирант

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: u.malashenko@gmail.com*

В 2000-2010 гг. на московском радиорынке возник устойчивый интерес к информационным форматам. «Русское радио — 2» переформатировали в «Русскую службу новостей», «До-радио» - в «Сити FM», «Арсенал» - в «Бизнес FM», радио «Вести FM» начало вещание на частоте «Радио России». Холдинг «Комсомольская правда» запустил одноименное музыкально-разговорное радио. Это положило начало новой тенденции: в поисках новых каналов доступа к своей аудитории издательские дома стали создавать радиостанции.

Основной причиной роста спроса на информацию стало пресыщение аудитории музыкальным контентом, что произошло благодаря развитию Интернета и появлению новых аудионосителей. Кроме того, в 2008 г. в России проходили президентские выборы, а в 2008-2009 г. страна переживала мировой финансовый кризис. А это тоже повышает интерес аудитории к информации (Bolotova L., Kravchenko S., 2010, p.79 — 89).

К 2010 г. в столичном FM-диапазоне работали около 15 разговорно-информационных радиостанций, включая «Эхо Москвы». Конкуренция в сегменте информационно-разговорных станций стала расти, хотя по-прежнему оставалась ниже, чем в музыкальном сегменте. Это привело к тому, что в условиях монополизированного рынка (к 2010 г. 84 контролировали 5 холдингов) активизировалась борьба за платежеспособную мужскую аудиторию (Bolotova L., Kravchenko S., 2010, с.62 — 68).

Радио «Коммерсантъ FM», запущенное весной 2010 г., стало первой частной станцией формата all news. Создатели проекта позаимствовали концепцию коммерческого неспециализированного информационного круглосуточного радио у нью-йоркских станций 1010 WINS и WCB. Радио «Коммерсантъ FM» опиралось на финансовые ресурсы одноименного издательского дома и его корреспондентскую сеть.

Под словом «формат» обычно понимается концепция вещания станции. Форматы делятся на музыкальные и немзыкальные. По классификации английского исследователя Дэвида Хэнди, в группу информационно-разговорных форматов, помимо all news, относятся также форматы news/ talk, news sport, news plus, all talk, all sports, tourism и talk'n'rock (Hendy D., 2000, p.100).

Отличительная особенность станций all news - отсутствие специально выделенных новостных блоков: весь эфир представляет собой непрерывный и постоянно обновляющийся информационный поток. Формат all news ориентирован на более молодую аудиторию, чем news/talk или all talk, поскольку предполагает более оперативную, динамичную и емкую подачу информации [Hendy D., 2000, p.100]

О радио «Коммерсантъ FM» главный редактор станции Дмитрий Солопов сказал так: «Это радио, которое сообщает квалифицированной аудитории все интересующие новости в любой момент – тогда, когда аудитория включится» (echonews.ru). Уникаль-

ность формата all news в том, что количественное соотношение новостей из разных тематических категорий определяется не концепцией, а текущей обстановкой.

Формат all news характеризует цикличность. Эфир «Коммерсантъ FM» состоит из информационных блоков по 80 мин., которые сменяют друг друга. Ротация информационных материалов зависит во многом от предпочтений аудитории (в порядке важности): федеральные новости, международные новости, погода, трафик, культура, происшествия, судебная практика, деловая информация и политика. При этом приоритет нередко отдается новостям из категории news of public interest. Главная тема категории А, звучит первой новостью в каждом 20-минутном сегменте, материалы категории В - каждые 40 мин., категории С – каждые 80 мин. Максимальная продолжительность материала — 2,5 мин. Раз в 10 минут в эфире звучит информация о пробках и прогноз погоды, раз в час — биржевые новости.

Наиболее близкий конкурент «Коммерсантъ FM» - «Вести FM». Но там зачастую верстку определяет не релевантность новости интересам аудитории, а задачи федеральной политики. Из-за этого, в отличие от «Коммерсантъ FM», на «Вестях» повестка дня «фильтруется»: ограничивается появление оппозиции в эфире, почти нет новостей об акциях протеста. И это так же нарушает принципы формата all news, как и появление больших аналитических передач

Литература

1. Борецкий Р.А. Телевизионная программа. М., 1967. С.22
2. Варганова Е. Теория СМИ: актуальные вопросы. М., 2009.
3. Деннис Э., Мэрилл Д. Беседы о масс-медиа. М., 1997
4. Засурский Я. Н. Зарубежная журналистика. М., 2008.
5. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные/под ред. А.Г.Качкаевой. М., 2010.
6. Журналистика на перепутье: опыт России и США/ под ред. Е.Л.Варгановой. М., 2006.
7. Кийт М. Радиостанция. М., 2001.
8. Макеенко М.И. Радиовещание и телевидение США в новом столетии: структура, экономика, стратегии. М., 2010.
9. Медиа. Введение: учебник /Под ред. А.Бриггза, П.Кобли. М., 2005.
10. Мельник Г. Деловая журналистика. Спб.: Питер, 2009. С. 16
11. Мировые СМИ в условиях финансового кризиса и новых технологий М., 2007.
12. Радиожурналистика: учебник/ под ред. А.А.Шереля. М., 2005.
13. Система средств массовой информации России. М., 2001.

14. Средства массовой информации России. М., 2011.
15. Телевизионная журналистика: учебник / Под ред. Кузнецова Г. В. и др. М.: 2005
16. Телерадиоэфир: история и современность/Под ред. А.Г. Качкаевой. М., 2008.
17. Уиллер Д., Смолвуд Н. Бренд лидера: первый среди равных. СПб., 2004.
18. Hendy David. Radio in the global age. Padstow, Cornwall.2000.
19. Kaempfer Rick, Swanson John. The radio producer's handbook. NY. 2004.
20. Warren Steve. Radio. The book to creative professional programming. San Diego. 2004.
21. Болотова Е. А. Максимова М. Н. Больше, чем радио. Прорыв свободный эфир // Телерадиовещание: история и современность / Под ред. Качкаевой А. Г. М., 2008.
22. Болотова Л. Д., Кравченко С. В. Радиоформаты, форматирование, переформатирование // Вестник Московского университета, серия 10. 2010, 6.
23. Кравченко С. Московский FM-диапазон: переформатирование коммерческих радиостанций // Медиаальманах. 2010,2
24. Болотова Л. Д. Круглова Л. А. Радиопередел (в московском FM-диапазоне) // Телерадиовещание: история и современность / Под ред. Качкаевой А. Г. М., 2008.
25. Новый игрок на московском радиорынке - «Коммерсантъ FM» - <http://www.vedomosti.ru>
26. Сухарева В. А. Что такое «формат»? или искусство массовой кулинарии // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2010.6. С. 70
27. Это реванш Дмитрия Солопова - <http://www.echonews.ru>
28. <http://www.chaskor.ru>
29. <http://www.kommersant.ru/>
30. <http://www.marker.ru>
31. <http://mediaatlas.ru>