

**Организация работы редакции информационно-разговорной радиостанции  
(на примере радио Коммерсантъ FM)**

**Научный руководитель – Сухарева Виктория Александровна**

***Якунин Иван Максимович***

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра телевидения и радиовещания, Москва, Россия

*E-mail: yakunin1147@gmail.com*

В нише информационно-разговорного радио для мужской аудитории 35+ присутствует жесткая конкуренция. За слушателя борются проекты Business FM (осн. 2007) и Коммерсантъ FM (осн.2010). Чтобы привлечь внимание, осенью 2017 года радиостанция ЪФМ перестроила сетку вещания. Это отразилось и на работе редакции.

Целью исследования является анализ предпосылок изменений, изучение особенностей работы редакции до и после преобразований, а также выявление задач текущего этапа развития радиостанции. Изменения коснулись в первую очередь вечернего эфира. В течение года с 18 до 21 часов в сетке были вечерние шоу, наполненные прямыми включениями: Pro et Contra и Drive Time[3,4]. По задумке руководства радиостанции, это было некое подведение итогов новостной повестки дня, обсуждение главных тем. К тому же, тогда эфирный шаг Коммерсантъ FM составлял 20 минут, что позволяло провести обстоятельную беседу со спикером в прямом эфире.

Осенью 2017 года вечерние шоу были упразднены, на смену им пришли информационные сюжеты хронометражем около трёх минут — основной элемент эфирного наполнения. Эфирный шаг был сокращён до 10 минут. Произошли изменения в тематике эфирных материалов.

В результате преобразований на службу информации легла дополнительная нагрузка. Вечернее шоу готовил один человек, теперь же, чтобы заполнить эфирный час, в сетку необходимо поставить 12 сюжетов (в каждую «десятку» помещается два сюжета, короткий новостной выпуск, а также спецпроект, фичер или реклама). Для поддержания эфира вечерняя бригада пополнилась тремя авторами, которые до этого готовили материалы к утреннему эфиру, причем от этой обязанности их не освободили.

В первое время сотрудники информационных бригад были вынуждены задерживаться после окончания рабочего дня, поскольку не успевали закончить материалы вовремя. Очевидно, что изменения в концепции радиостанции были не подкреплены кадровыми и структурными изменениями.

Коммерсантъ FM состоит из пяти отделов[1]. Это диджитал-департамент, отдел рекламы, отдел маркетинга, техническая дирекция и служба информации. Все, кроме последней, малочисленны и имеют упрощенную структуру управления. Служба информации состоит из четырёх бригад: утренняя (готовит эфир с 10 до 16), вечерняя (с 16 до 22), прайм (с 6 до 10) и бригада выходного дня, которая в течение недели готовит итоговые материалы на субботу-воскресенье и следит за текущей информационной повесткой. Помимо этого, в службу информации входят 3 корреспондента, но их график работы зависит от происходящих в городе событий и кадровых потерь в составе какой-либо бригады. Графики

остальных сотрудников службы не варьируются: к 6 утра приезжает дежурный сотрудник утренней бригады, через час обязан явиться его коллега, ещё через час приедут остальные. Они освободятся в 16. Бригада вечера в полном составе начинает работу в 14 часов и работают до 23, пока не завершится записной час. Первая летучка у Прайма начинается в 16, закончить работу они должны к полуночи. Есть ещё три сотрудника, которые работают сразу на две бригады: на вечер и прайм. Бригада выходного дня в будние дни выходит по свободному графику, но каждый сотрудник должен успеть подготовить 6 сюжетов к выходным.

Изменения усложнили работу редакции, но дали желаемый результат: уже к новому году рейтинги радиостанции выросли. В рамках данного исследования показано, за счет чего был сделан качественный рывок.

### Источники и литература

- 1) 1. Браун Дж., Куол У. Эффективный менеджмент на радио и телевидении: В 2-х томах: Т. 1 - 509 с., 2 - 557 с. Пер. с англ. — М.: Мир, 2001.
- 2) 2. Кийт Майкл «Радиостанция». М., 2001
- 3) 3. <https://www.kommersant.ru/doc/3407298>
- 4) 4. <https://www.kommersant.ru/doc/3401409>