

Секция «Журналистика»

Дифференциация современных российских радиостанций по цели вещания
Чаткина Марина Геннадьевна

Соискатель

Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарева, Филологический факультет, Саранск, Россия
E-mail: m.chatkina@yandex.ru

В конце 90-х годов с ускоренным развитием радиовещания в России каждый радиопроект, претендующий на значительную долю рынка, встал перед необходимостью определить для себя, оставаться ли ему «широкоформатным» или же позиционировать себя как «нишевую» станцию, выбирая определенный сегмент аудитории и ориентируясь на конкретный музыкальный жанр. [1,211]

Практика радиовещания показывает, что собственники при создании концепции вещания разрабатывают целый комплекс целевых установок, которые определяют тактические и стратегические действия руководства и коллектива. Стратегическая цель ложится в основу концепции вещания, тактические задачи определяют путь ее достижения [2,56].

Цель радиостанции - это определяющий, коренной признак, с которого выстраивается вся концепция ее вещания, формируется ее структура, определяются внутренние и внешние взаимосвязи.

Деление радиостанций по цели вещания выглядит так [5,90].

1. Радиостанции, ставящие перед собой преимущественно общественно-политические цели.

К той группе относятся радиостанции, учредителями и / или спонсорами, финансистами которых являются какие-либо политические структуры либо политические силы, в том числе органы власти [2,74]. Эту группу радиостанций можно разделить еще на такие подгруппы, как официальные радиостанции, К группе официальных относится «Радио России», являющаяся официальной государственной радиостанцией. Оппозиционной радиостанцией в данной группе является «Народное радио».

2. Радиостанции, ставящие перед собой преимущественно коммерческие цели.

Эту группу радиостанций также можно разделить на подгруппы: экономически самостоятельные, не имеющие других источников дохода кроме доходов от собственной деятельности (в основном производство и вещание рекламы и рекламных передач); корпоративные, принадлежащие коммерческим структурам, финансируемые ими, обеспечивающие их интересы в вещании [3,88].

3. Радиостанции, ставящие перед собой преимущественно просветительские цели.

Среди подгрупп выделим культурологические (радиостанции, ведущие просветительскую деятельность в области общекультурных вопросов и вопросов искусства); образовательные (радиостанции, занимающиеся просветительской работой в области науки, ведущие образовательную работу); религиозные (радиостанции, занимающиеся просветительством в определенной области религии, например православные). К культурологическим радиостанциям без сомнений следует отнести радиостанцию «Культура». Образовательные радиостанции на российском радиорынке не представлены. А вот

религиозных по содержанию вещания радиостанций много. Но просветительские цели среди них реализуют «Христианский церковно - общественный канал» [3,57].

4. Радиостанции, ставящие перед собой преимущественно информационные цели.

Высокий уровень потребности общества в оперативной и качественной информации определяет градацию радиостанций в этой группе. Это информационные (работающие в режиме оперативного новостного вещания, дающие максимально полную картину событий в их развитии); информационно-аналитические (не только информирующие, но и выражающие и формирующие общественное мнение посредством аналитических программ); специализированные (дающие максимум информации в какой либо определенной области, например, спорте, автомобилизме, музыке, науке, технике и т.д.). К информационным радиостанциям можно отнести радиостанции «Говорит Москва», «Маяк 24».

5. Радиостанции, реализующие преимущественно развлекательные цели.

Среди радиостанций этой целевой направленности выделяются такие подгруппы: музыкальные (специализирующиеся на музыкальном вещании и отдающие под это вещание практически все время работы в эфире); разговорно-игровые (отдающие предпочтение развлекательным разговорным передачам, таким, как ток-шоу, розыгрыши, викторины, конкурсы, радиоигры); познавательные (в основе вещания которых передачи занимательного и познавательного характера) [3,97].

Исходя из общих представлений о предпочтениях слушателей, радиостанции выбирают свой формат - совокупность жанровых, тематических прочих признаков, формирующих концепцию вещания. [3,47].

Литература

1. Акопов А.И. Типологические признаки сетевых изданий. / Некоторые вопросы журналистики: история, теория, практика (публикации разных лет). - Ростов-на-Дону: ООО «Терра», НПК «Гефест», 2002. - С. 311;
2. Беляев С.В., Коробицын В.И. Радиостанции России: Государственное и независимое вещание. - М.: Пласт - 1500 и др., 1995. - 179 с.;
3. Гарматин А.А. Теоретические основы и принципы организации телевизионного Интернет-вещания. Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. - Воронеж 2005, - 170 с.;
4. Добчинский А.А. Городское радиовещание: ретроспектива, современное состояние, проблемы журналистского творчества. / Автореферат на соискание ученой степени кандидата филологических наук. - М.: 1996 г., 32 с.;
5. Долгополов А.Ю. Формирование литературного процесса в российском Интернете: структура, особенности организации функционирования. Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. - Воронеж 2005. - 168 с.