

# ЖУРНАЛИСТИКА

## ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССА МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИИ НА СОКРАЩЕНИЕ ХРОНОМЕТРАЖА РАДИОПЕРЕДАЧ И ПОЯВЛЕНИЕ МИНИ-РУБРИК

Е.А. Баранова

Кафедра журналистики, социальной рекламы и связей с общественностью  
Российский государственный социальный университет (РГСУ)  
*Вильгельма Пика, д. 4, Москва, Россия, 129226*

Летом—осенью 2014 г. автор, используя метод глубинного интервью, провела исследование, в котором приняли участие 10 человек — авторы радиорубрик и топ-менеджеры российских и зарубежных разговорных радиостанций: С. Бунтман, 1-й заместитель главного редактора «Эхо Москвы»; А. Светенко, автор и ведущий рубрики «Уроки истории» на «Вестях FM»; А. Родионов, заместитель главного редактора «Коммерсантъ FM»; Е. Серов, с 2008 по 2014 г. — генеральный продюсер Радио «Звезда»; А. Шарый, заместитель директора Русской службы радио «Свобода» и представители других радиостанций, пожелавшие остаться неизвестными (их мнение мы учли при обработке данных), а также сотрудники продакшн-студий, которые занимаются производством программ для радиостанций и знают, на какие из них есть особый спрос.

Автор впервые задается вопросом о том, как процесс медиаконвергенции, который определяет развитие современных СМИ, влияет на особенности подачи контента на разговорных радиостанциях. Мы пришли к выводу о том, что он оказывает влияние на сокращение хронометража передач, развитие мини-рубрик и связан с тенденцией к сильному дроблению эфира.

**Ключевые слова:** медиаконвергенция, мультизадачный режим работы, сокращение хронометража радиопередач, мини-рубрики на радио

**Введение.** В конце XX — начале XXI в. с развитием процесса дигитализации, интернет- и мобильных технологий начался новый этап в развитии средств массовой информации. Он приводит к слиянию ранее различных форм и видов СМИ, стиранию границ между ними, взаимопроникновению жанров и появлению новых форм предоставления контента. Этот новый этап развития средств массовой информации уже давно называют процессом конвергенции СМИ или медиаконвергенцией (от лат. *convergo* сближаюсь, схожусь; процесс сближения, схождения в одной точке) [1. С. 3].

Процесс медиаконвергенции уже достаточно хорошо изучен как зарубежными, так и российскими авторами. Их работы посвящены различным аспектам медиа-

конвергенции: проблемам выхода СМИ в интернет-пространство; развитию газетных редакций в условиях конвергенции; появлению мобильных приложений СМИ; трансформации журналистского образования в условиях конвергенции и многим другим вопросам [1. С. 4—6]. Однако вопрос о том, как процесс медиаконвергенции влияет на особенности подачи контента на разговорных радиостанциях, пока не был изучен. Мы сделали предположение о том, что, так как процесс конвергенции связан с развитием новых форм предоставления контента, то, возможно, он оказал влияние на особенности программирования радиостанций, например на появление и рост популярности радиопрограмм, хронометраж которых составляет от одной до трех минут — это новостные или тематические программы.

Основной целью данного исследования был не количественный (например, определение того, какой процент в сетке вещания занимают мини-рубрики на конкретных радиостанциях или точный подсчет радиостанций, на которых они присутствуют), а качественный анализ. Метод глубинного интервью позволил комплексно подойти к изучению вопроса: выяснить, когда появилась тенденция, связанная с сокращением хронометража передач на радио, появлением мини-рубрик и с чем она связана; выявить, что конвергенция приводит к дроблению эфира; объяснить существование на некоторых радиостанциях больших форматов.

Выбранные нами респонденты имеют огромный опыт работы на радио, многие являются и практиками, и теоретиками, они смогли дать подробные ответы на поставленные вопросы, объяснить, как процесс медиаконвергенции влияет на сокращение хронометража радиопередач и появление мини-рубрик.

Автор рассматривал радиостанции, на которых мини-рубрики появились уже достаточно давно (например, «Вести FM»: трехминутная программа «Уроки истории» возникла на этой радиостанции еще 2008 г.) и радиостанции, которые начали развивать программы хронометражем от одной до трех минут сравнительно недавно (например, радио «Комсомольская правда»: мини-рубрики появились на этой радиостанции в конце 2013 г.), а также радиостанции, на которых в данный момент нет мини-рубрик: интересен в данном случае опыт радиостанции «Свобода».

**Снижение продолжительности прослушивания радио как следствие медиаконвергенции.** Теоретики конвергенции обращали внимание на то, что она связана с различными процессами: дигитализацией, интеграцией, а также с коренными изменениями, происходящими в восприятии информации современным ее потребителем. Он переходит на так называемый мультизадачный режим работы (multitasking) [2. Р. 32]. Он одновременно смотрит ТВ, разговаривает по телефону, пролистывает страницы газет и делает запрос в поисковой машине Интернета.

Согласно данным отраслевого доклада «Радиовещание в России в 2012 году. Состояние и тенденции развития», уже тогда наблюдалась «тенденция к снижению величины среднесуточного охвата общей радиоаудитории... Снижение величины среднесуточного охвата общей аудитории связано, вероятно, с расширением числа каналов получения информации через новые медиа, что приводит к сокращению потребления традиционных видов СМИ» [3. С. 143].

В конце ноября 2014 г. в Москве прошла Международная конференция «Радио в глобальной медиаконкуренции». На ней выступали ведущие мировые и российские эксперты радиоиндустрии, многие обращали внимание на то, что снижается продолжительность прослушивания радио, особенно среди молодежной аудитории. Согласно данным TNS за 2011 г., «времени на прослушивание радио у москвичей и россиян больше не становится. Более того, последнее время мы наблюдаем некоторое снижение объемов и продолжительности слушания радио в целом» [4]. Похожие тенденции происходят и в других странах. Так, например, в Великобритании за прошедшие 10 лет (с 2004 по 2014 г.) среднее время прослушивания радио уменьшилось на 8% среди взрослого населения и на 27% — среди аудитории 15—24 лет [5].

А. Родионов объясняет, с чем связана тенденция к снижению продолжительности прослушивания радио: «с появлением Интернета и доступностью многих источников информации человек в единицу времени может получать из разных источников самый разнообразный контент. Соответственно, на каждый источник он выделяет меньшее количество времени. Поэтому современный потребитель информации не задерживается долго на как-то одном медиаресурсе» [6].

**Популярность мини-рубрик на радио как следствие медиаконвергенции.** Практически все из опрошенных нами экспертов уверены, что современная аудитория большой формат (большие по времени программы, продолжительностью более 20 мин.) не воспринимает. Современный человек слишком занят. Поэтому современное радио должно стремиться к тому, чтобы за короткое время чем-то удивить, «зацепить» слушателя. Это, в свою очередь, приводит к сокращению хронометража передач (особенно записных), развитию мини-рубрик на радио, а также дроблению эфира в рамках одной программы.

Как на зарубежном, так и российском радио все большую популярность получают мини-рубрики. Многие разговорные радиостанции за последние несколько лет ушли от больших форматов, стали развивать короткие записные передачи. Например, на радио «Звезда» после изменения концепции вещания в 2010 г. в сетке вещания не стало программ длиннее 4 мин. в дневное время. Переформатирование резко подняло рейтинг радиостанции.

Осенью 2010 г. на радио «Комсомольская правда» начался новый сезон. Главным стратегическим решением стало сокращение хронометража программ с часовых до получасовых. А в конце 2013 — начале 2014 г. на радиостанции появилось множество мини-рубрик. Среди них есть очень интересный, нестандартный формат, хронометраж которого меньше минуты, это «Умные мысли», афоризмы. Часто они вообще не привязаны к содержанию и т.п., иногда могут содержать намек на некоторые события или быть посвящены конкретному новостному поводу. Так, к 9 Мая в 2014 г. шли военные афоризмы.

Можно выделить тематические мини-рубрики, в основе которых «голые» факты о чем-либо, например о различных видах российского оружия (программа «Арсенал» на радио «Звезда», которая длится полторы минуты) и информационные проекты. Очень на многих радиостанциях есть минутные новостные программы («Новости недели за 60 секунд» (Trends of the week — in 60 seconds) на

«Би-би-си» (BBC), «Новости США за 60 секунд» на «Голосе Америке» (Voice of America), «Тема дня за 60 секунд» на «Серебряном дожде»).

Особое место среди мини-рубрик на современном российском разговорном радио занимают передачи в жанре «стори» [7. С. 38–43], в основе которого не «голые» факты, а именно интересно рассказанная история. Это короткие записные передачи (хронометраж от 1 до 3 мин.), в основе которых истории на различные темы: о людях из прошлых эпох — известных и малоизвестных («Блеф» на радио «КП»); исторических событиях («Уроки истории» на «Вестях FM»); это могут быть истории успеха и неуспеха компаний («Бизнес-кейс» на «Коммерсантъ FM») и др. Такие мини-рубрики позволяют переключить внимание слушателей радиостанции, удержать аудиторию.

Следует отметить, что такие истории получили большую популярность и на российском музыкальном радио («Истории со вкусом» на радио «Монте-Карло»; «Relax география» на «Relax FM»).

Как отмечает руководитель студии радиопрограмм «Апельсин FM» Ю. Андреева, «на тематические мини-рубрики есть большой спрос — причем как у общенациональных, так и у региональных радиостанций» [8]. В продакшн-студии поняли это еще в 2007 г. Именно тогда был создан проект «Деньги» — цикл из 60 историй (хронометраж передач 3 мин.) о происхождении денег, банков, о пиратах и сокровищах, о громких мошенничествах. Проанализировав продажи за два года (с 2008 по 2009 гг.) проекта «Деньги», в продакшн-студии «Апельсин FM» определили, что «он звучал на 20 региональных радиостанциях и после 2009 года продолжал пользоваться спросом» [8]. И сегодня радиостудия успешно продает подобные проекты.

**Дробление эфира в рамках одной программы как следствие конвергенции.** Опрошенные нами эксперты говорят о том, что наряду с тенденцией к сокращению хронометража передач, появлением мини-рубрик процесс конвергенции приводит также к дроблению эфира. «То есть к появлению нескольких небольших форматов в пределах одной программы — вот к чему приходит разговорное радио», — рассказывает А. Бунтман [9]. В рамках одной программы может быть на несколько минут документальная вставка, разговор ведущего с гостем, обмен мнениями со слушателями, музыкальные вставки. Например, в программе «Дорожная карта» на «Эхе Москвы» корреспондент сначала дает историю вопроса. Это запись или в прямом эфире на 2-3 мин., потом может быть разговор со слушателями и разговор ведущих. «То есть дробление формата идет в рамках одной программы. Вот, где пропадают большие формы. Такие вкрапления разных жанров позволяют каждый раз поворачивать сюжет и удерживать слушателя, который сегодня не залеживается долго на одном медиаресурсе», — поясняет А. Бунтман [9]. Многие эксперты считают, что те большие проекты, которые еще есть на радиостанциях, например «Фрэнки-шоу» на «Серебряном дожде» нужно «резать» на куски, так же, как сделан проект «PODстанция» на том же «Серебряном дожде».

**В защиту больших форматов.** Все из опрошенных нами экспертов уверены, что сокращение хронометража передач, появление мини-рубрик — это общемировая тенденция, связанная с появлением Интернета, процессом конвергенции СМИ.

Тем не менее необходимо отметить: все зависит от конкретной радиостанции. В московском FM-диапазоне полтора десятка разговорных радиостанций. Среди них есть радиостанции советской («Маяк», «Юность» и др.) и постсоветской традиции («Эхо Москвы», «Коммерсант», «Бизнес FM» и др.) Ведь после 90-х гг. «в информационном пространстве столкнулись два типа вещания — традиционное (связанное с уходящей культурной традицией советского радио) и массовое, коммерческое (в основе его — западная рыночная и культурная матрица)» [10]. Коммерческое радио ориентируется на популярную культуру и клиповое сознание «легкого слушателя» [10]. Понятие «клиповое сознание» появилось в 90-е гг. Оно напрямую связано с процессом медиаконвергенции. Мини-рубрики как раз ориентированы на такого «легкого слушателя».

Радиостанции постсоветской традиции работают в разных форматах, активно внедряют мини-рубрики. У них разное дробление часа, разная скорость часа, но все их объединяют быстрый информационный час, капсульная подача информации и сильное дробление эфира, особенно в утренние часы. Так как времени у современных людей мало, они слушают радио, уходя на работу и пока добираться до нее.

Как показывает статистика, такая политика действительно позволяет удержать аудиторию и привлечь новых слушателей. Так, например, «сравнение показателей московских радиостанций в 2011 и 2012 гг. приводит к следующим результатам. Наибольший рост доли аудитории обнаружили ... “Радио Звезда” (+0,4%) и “Радио Монте-Карло” (+0,4%)» [3. С. 144] Как было отмечено выше, «Звезда» перешла в 2010 г. на новую концепцию вещания: в сетке вещания не стало программ длиннее 4 мин. в дневное время. Что касается «Радио Монте-Карло», то оно тоже изменило формат вещания. «Мы отказались от диджеев и пришли к формату “музыка + короткие программки” [11], — рассказывает Игорь Паньков, креативный директор радио «Монте-Карло». Радио продолжает очень активно развивать мини-рубрики, постоянно появляются новые проекты.

Сильнее всего доля аудитории уменьшилась у таких станций, как «Радио России» (−0,7%), «Маяк» (−0,5%), «Говорит Москва» (−0,4%) [3. С. 144] На данный момент на этих радиостанциях нет мини-рубрик.

Что касается крупных форматов, то новую жизнь им дает сегодня популярность подкастов. Например, на «Эхе Москвы» есть программа «Звуки истории». Она идет в ночь с субботы на воскресенье, и большинство пользователей слушают ее в подкастах.

Есть также СМИ, которые в силу ряда причин идут против общей тенденции к сокращению формата. Например, Радио «Свобода» было первой радиостанцией на постсоветском пространстве, которая стала работать с западными мини-форматами. «Еще лет 10—15 назад на радио были мини-рубрики (утренний 5-часовой эфир включал сюжеты не больше 3-4 мин. — небольшие передачи, рубрики и комментарии)» [12], — рассказывает Андрей Шарый. Все изменилось два года назад после того, как «Свободе» не продлили лицензию. Радиостанция вещает теперь только в Интернете. Поэтому делать дробленный эфир стало бессмысленно. Радиостанция ушла в аналитику, программ, хронометраж которых меньше часа, нет.

Очень многое также зависит от страны и региона. «В таких мегаполисах, как Москва, очень динамичная жизнь и радиостанции под нее подстраиваются. А например, Прага живет в совершенно другом ритме, поэтому на радиостанциях города нет сильного дробления эфира, не так популярны мини-рубрики. Но в целом, с мировой общеевропейской тенденцией практика российских радиостанций, связанная с сокращением хронометража передач, развитием мини-рубрик, совпадает» [12], — рассказывает А. Шарый.

**Заключение.** Таким образом, результаты опроса показали, что сегодня можно говорить об общей тенденции, связанной с сокращением хронометража радиопередач, развитием мини-рубрик, сильным дроблением эфира. Она возникла с появлением Интернета, развитием процесса медиаконвергенции.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Баранова Е.А. Новые реалии развития редакций, или Что такое газетная конвергенция: монография. М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016. 187 с.
- [2] *Marinho S.P., Tarcia L.* Challenges and new ways of teaching journalism in times of media convergence // *Brazilian journalism research*. Vol. 4. 2008. № 2. pp. 29–53.
- [3] Радиовещание в России в 2012 году. Состояние и перспективы развития. Отраслевой доклад // под общ. ред. О.Я. Ермолаевой, А.В. Шарикова. М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2013. 97 с.
- [4] Рынок радио в России: снова вверх. URL: <http://www.sostav.ru/columns/adpress> (Дата обращения: 7.11.2014).
- [5] Среднее время слушания радио в Великобритании. URL: [http://www.radioacademy.ru/vardata/modules/lenta/images/20000/625\\_1\\_1417529353.pdf](http://www.radioacademy.ru/vardata/modules/lenta/images/20000/625_1_1417529353.pdf) (Дата обращения: 15.11.2014).
- [6] Интервью автора с А. Родионовым, заместителем главного редактора «Коммерсантъ FM». 2014. Июнь.
- [7] Баранова Е.А. «Стори» как новый жанр на радио // *Мир русского слова*. 2015. № 3. С. 38–43.
- [8] Интервью автора с Ю. Андреевой, руководителем студии радиопрограмм «Апельсин FM». 2014. Октябрь.
- [9] Интервью автора С. Бунтманом, 1-м заместителем главного редактора «Эхо Москвы». 2014. Сентябрь.
- [10] Сладкомедова Ю.Ю. Культурно-просветительские программы на государственном радио: структурно-функциональные и жанрово-тематические особенности: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2010. URL: <http://www.dissercat.com/content/kulturno-prosvetitelskie-programmy-na-gosudarstvennom-radio-strukturno-funktsionalnye-i-zhan> (Дата обращения: 08.11.2014).
- [11] Интервью автора с И. Паньковым, креативным директором радио «Монте-Карло». 2014. Июнь.
- [12] Интервью автора с А. Шарым, заместителем директора Русской службы радио «Свобода». 2014. Октябрь.

## THE INFLUENCE OF MEDIA CONVERGENCE PROCESS ON REDUCTION OF RADIO PROGRAMM LENGTH AND MINI-COLUMNS DEVELOPMENT

E.A. Baranova

Socio-Humanitarian Department State Social University (RSSU)  
*Vilgelma Pika, 4, Moscow, Russia, 129226*

In summer — autumn 2014 the author, using the method of in-depth interview, conducted a survey among 10 people. They are authors of radio programs and top managers of Russian and foreign spoken radio stations. Among them are: S. Buntman, 1st deputy chief editor of “Echo of Moscow”; A. Svetenko, author and columnist, “The lessons of history” to “Vesti FM»; A. Rodionov, deputy chief editor of “Kommersant FM»; E. Serov, from 2008 to 2014 — General Producer of Radio “Star”; A. Shary, deputy director of the Russian service of Radio “Liberty” and representatives of other stations anonymity (their opinion, we have taken into account in data processing), as well as employees of production studios that produce programs for radiostations and know which of them there is a special demand.

The author first asks the question of how the process of media convergence, which determines the development of modern mass media, especially affects the flow of spoken content on radio. We came to the conclusion that it has an impact on the reduction of radio program length, mini-columns development and is connected with the tendency to a strong fragmentation of the ether.

**Key words:** media convergence, multitasking, reducing of radio program length, radio mini-columns

### REFERENCES

- [1] Baranova E.A. *Novye realii razvitiya redakcij, ili Chto takoe gazetnaja konvergencija: Monografija* [The new reality of newsrooms, or What is a newspaper convergence: Monograph]. M.: Vuzovskij uchebnik: INFRA-M [University Textbook], 2016. 187 p.
- [2] *Marinho S.P., Tarcia L. Challenges and new ways of teaching journalism in times of media convergence // Brazilian journalism research. Vol. 4. 2008. № 2. pp. 29–53.*
- [3] *Radioveshhanie v Rossii v 2012 godu. Sostojanie, tendencii i perspektivy razvitiya. Otrasleyvoj doklad* [Broadcasting in Russia 2012. Status, Trends and Development Prospects. Industry report] // *Pod obshhej redakciej O.Ja. Ermolaevoj, A.V. Sharikova* [Edited by O.J. Ermolayeva, A.V. Sharikov]. M.: Federal'noe agentstvo po pechati i massovym kommunikacijam [Federal Agency for the Press and Mass Communications], 2013. 97 p.
- [4] *Rynok radio v Rossii: snova vverh* [Radio market in Russia: up again]. [Elektronnyj resurs] [Electronic resource]. URL: <http://www.sostav.ru/columns/adpress> (Data obrashhenija [date of the application]: 7.11.2014).
- [5] *Srednee vremja slushanija radio v Velikobritanii* [The average time listening to the radio in the UK]. [Elektronnyj resurs] [Electronic resource]. URL: [http://www.radioacademy.ru/vardata/modules/lenta/images/20000/625\\_1\\_1417529353.pdf](http://www.radioacademy.ru/vardata/modules/lenta/images/20000/625_1_1417529353.pdf) (Data obrashhenija [date of the application]: 15.11.2014).
- [6] *Interv'ju avtora s A. Rodionovym, zamestitelem glavnogo redaktora «Kommersant# FM»* [Author's interview with Alexander Rodionov, deputy chief editor of “Kommersant FM”]. 2014. Ijun' [June].
- [7] *Baranova E.A. «Stori» kak novyj zhanr na radio* [“Story” as a New Radio Genre] // *Mir russkogo slova* [The World of Russian Word]. 2015. № 3. pp. 38–43.
- [8] *Interv'ju avtora s Ju. Andreevoj, rukovoditelem studii radioprogramm «Apel'sin FM»* [Author's interview with Yu. Andreeva, head of the radio studio “Orange FM”]. 2014. Oktjabr' [October].

- [9] Interv'ju avtora S. Buntmanom, 1-m zamestitelem glavnogo redaktora «Jeho Moskvu» [Author's interview with S. Buntmanom, 1st deputy chief editor of "Echo of Moscow"]. 2014. Sentjabr' [September].
- [10] Sladkomedova Ju.Ju. Kul'turno-prosvetitel'skie programmy na gosudarstvennom radio: strukturno-funkcional'nye i zhanrovo-tematicheskie osobennosti: avtoref. diss. ... kand. filol. nauk: 10.01.10 [Cultural-educational Programme on Government Radio: Structural and Functional and Genre-themed Features: the thesis Abstract on competition of a scientific degree of Candidate of Philology in the specialty: 10.01.10]; Mesto zashhity: Mosk. gos. universitet im. M.V. Lomonosova [Place of defense: Mosk. state. University. M.V. Lomonosov, Moscow, 2010]. [Elektronnyj resurs] [Electronic resource]. URL: <http://www.dissercat.com/content/kulturno-prosvetitelskie-programmy-na-gosudarstvennom-radio-strukturno-funksionalnye-i-zhan> (Data obrashhenija [date of the application]: 08.11.2014).
- [11] Interv'ju avtora s I. Pan'kovym, kreativnym direktorom radio «Monte-Karlo» [Author's interview with I. Poliakov, the creative director of radio "Monte Carlo"]. 2014. Ijun' [June].
- [12] Interv'ju avtora s A. Sharym, zamestitelem direktora Russkoj sluzhby radio «Svoboda» [Author's interview with A. Sharym, deputy director of the Russian service of Radio "Liberty"]. 2014. Oktjabr' [October].