

Секция «Журналистика»

«Радио Марка» и успех темы спорта в современной системе радиовещания Испании

Волков Борис Юрьевич

Аспирант

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Журналистики,
Москва, Россия*

E-mail: b_volk@hotmail.ru

С начала нового тысячелетия появление и становление «Радио Марка» стало в Испании одним из наиболее заметных явлений в сфере СМИ, хотя столь громкого успеха почти ничего не предвещало. Как удалось изначально интернет-радиостанции превратиться в одну из самых мощных и популярных станций в стране, и почему можно говорить о действительно феноменальном успехе? Десятилетие со дня основания, которое «Радио Марка» отпраздновало 1 февраля текущего года, можно считать прекрасным поводом для того, чтобы рассказать об этой яркой и во многом оригинальной радиостанции.

Радио в Испании традиционно пользуется большим успехом – по данным АИМС (ассоциации, изучающей испанские СМИ), в 2010 году радио оказалось популярнее газет (56,5% населения страны против 38,8 %) и уступило только телевидению (88,3%) [1]. Если численность аудитории газет и телевидения на протяжении последних трех лет уменьшается, то у радио, напротив, растет; причем эта аудитория, согласно исследованиям, является в своем большинстве, не в пример телевизионной, финансово состоятельной и образованной. И хотя эти характеристики в целом относятся и к «Радио Марка» [2], данная радиостанция пользуется поистине народной любовью уже благодаря своей тематике.

Для понимания особенностей восприятия спортивного радио в Испании достаточно сказать, что многие болельщики смотрят футбол по телевизору без звука, заменяя его радиотрансляцией, где комментарии обычно куда как более эмоциональные. Любовь испанцев к спорту и его талантливое освещение журналистами сделали возможной ситуацию, когда за полночь программу о футболе слушает более миллиона человек (передачи Хосе Мария Гарсии и Хосе Рамона де ла Морены).

«Радио Марка» стало первой в истории испанских СМИ общенациональной спортивной радиостанцией, которая сумела уловить тенденцию к увеличению спроса на спортивную информацию и выбрала наиболее удачный момент для старта. Последнее десятилетие стало «золотой эпохой» для испанского спорта: титул чемпионов мира в баскетболе (2006 г.), гандболе (2008 г.), Фернандо Алонсо со своим двукратным званием короля Формулы 1 (2005 и 2006 г.), Рафаэль Надаль с бесчисленными титулами и победами, среди которых и командные триумфы Испании в Кубке Дэвиса (2000, 2004, 2008, 2009 г.), ряд побед сборной Испании на чемпионатах Европы (2001, 2005, 2007, 2010 г.) и Мира (2000, 2004 г.) по мини-футболу, большие успехи в велогонках (Альберто Контадор трижды, в 2007, 2009 и 2010 г. выигрывал Тур де Франс, а в 2008 г. – Джиро де Италия и испанскую «Вуэльту») и мотогонках (Дани Педроса и Хорхе Лоренсо стали одними из главных героев последних 5 лет), победа Карлоса Сайнца на ралли «Дакар»

в 2010 году и – наконец – главная радость всей Испании – победы в последних футбольных Чемпионате Европы (2008 г.) и Чемпионате Мира (2010 г.), которые достойно завершили это по-настоящему успешное для Испании спортивное десятилетие. «Радио Марка» рассказывала обо всех этих достижениях, и уже стала ассоциироваться с этим удачным периодом. Этот психологический фактор особенно важен, если мы примем во внимание, что в социально-экономической сфере Испания испытывает большие затруднения. Многие радиослушатели вместо того, чтобы слушать о просьбах Испании к Евросоюзу выдать очередной кредит, включают «Радио Марка» и погружаются в спорт, где Испания – среди мировых лидеров, с ней считаются, а где-то даже и опасаются.

Вполне можно сказать, что «Радио Марка» стало законодателем модных тенденций в стиле обсуждения спорта в эфире. На растущую популярность «Радио Марка» (628 тысяч уникальных слушателей ежедневно) такие гиганты как «Cadena SER», «Onda Cero», «COPE», «Punto Radio» отреагировали включением новых спортивных программ в сетку вещания [7]. Конечно, спортивные передачи были и раньше – вспомнить хотя бы культовую «Supergarcía en la hora cero» Хосе Марии Гарсии, выходившую на станции «Antena 3 Radio» в середине 80-гг. прошлого столетия. Однако еще никогда не было такого засилья спортивной тематики и такого к ней трепетного отношения – «... почти на всех радиостанциях сейчас обычно есть одна спортивная передача днем, одна вечером и еще одна – ночью, причем начиная с 00:00 – ситуация для радио других стран просто неслыханная» [3]. Но и это еще не всё – в случае футбольных трансляций (или спортивных событий национальной важности) в середине недели, радиостанции «ломают» свою сетку и ставят их в эфир. В выходные дни, когда проходит очередной тур чемпионата Испании по футболу, на откуп спортивным передачам отдается и вовсе до 8 (!) часов эфира. Так, например, самая популярная общетематическая радиостанция Испании «Cadena SER» во вторую половину дня в субботу де-факто становится спортивной радиостанцией, так как спорт «властвует» в эфире с 17:00 и до 01:00 (программы «Carrusel deportivo» и «El larguero»).... Но даже до этого, с 15:00 до 15:30 уже идет программа спортивных новостей «SER deportivos», а рубрика спорта на сайте радиостанции является не только одной из самых главных, но и вовсе преобразована в полноценный новостной спортивный портал (на других крупных радиостанциях ситуация аналогичная).... До появления «Радио Марка» такого ажиотажа на испанских радиоволнах не наблюдалось. Тенденция к гораздо более подробному освещению спорта прослеживается и на телевидении. Например, телеканал «Cuatro» запустил ежедневную передачу спортивных новостей «Noticias Cuatro deportes» хронометражом в целый час (14:50-15:50) – ситуация, скажем, для российского федерального канала просто небывалая.

На данный момент в испаноязычном мире «Радио Марка» является самой популярной и развитой спортивной радиостанцией, которая может позволить себе подробные и дифференцированные трансляции с мест событий (как было, например, во время Чемпионатов Мира по футболу в 2006 г. и 2010 г.), круглосуточное вещание в выходные дни, 15 редакций внутри страны, каждая из которых работает с учетом предпочтений публики данного региона и более полумиллиона ежедневных слушателей – цифра, которая во время крупных международных соревнований вырастает в несколько раз.

Литература

1. Центр исследования испанских СМИ: <http://www.aimc.es/>
2. Статистические выкладки по «Радио Марка»: <http://estaticos.unidadeditorial.com>
3. ТВ-гид.ком: <http://www.laguiatv.com>
4. Интернет-портал «Радио Марка»: <http://www.marca.com/multimedia/radiomarca/>
5. Портал, посвященный исследованиям радиоэфира: <http://mundoradio.portalmundos.com>
6. Paniagua Pedro, S. Cultua y guerra del futbol. - Barcelona: Editorial UOC, 2009
7. Rafael Sahuquillo, шеф-редактор объединенных редакций «Радио Марка», интервью автора от 27.01.2011

Слова благодарности

Большое спасибо научному руководителю Анне Александровне Паисовой за компетентные наставления и журналисту "Радио Марка" Рафаэлю Саукильо за чрезвычайно интересное интервью