

**Эфирный и интернет-контент современных радиостанций на примере радио
«Звезда» и «Комсомольская правда»**

Научный руководитель – Громова Екатерина Борисовна

Любезная Екатерина Вячеславовна

Студент (бакалавр)

Филиал МГУ имени М.В.Ломоносова в г. Севастополе, Историко-филологический
факультет, Кафедра журналистики, Севастополь, Россия

E-mail: ktrn.lyub@mail.ru

В становлении СМИ наступил период, который в современном мире именуется конвергенцией. Это своего рода слияние различных видов контента, которое стало возможно благодаря появлению, развитию и успешному внедрению в общество технологических платформ. Каждое СМИ стремится не только прочно занять нишу в своем привычном виде (радио, печать, тв), но и расширить способ распространения информации с помощью таких ресурсов, как веб-сайты и приложения через сеть Интернет. Радио наравне с другими средствами массовой информации активно использует возможность конвергенции и работает в новых условиях. В первую очередь этот процесс необходим для увеличения аудитории, а также для создания совершенно иного контента, адаптированного для новых платформ. Более того, такой способ распространения не только дает приток слушателей, но также повышает их «активность и реакцию в виде комментариев, видеответов, постов в блогах, социальных профайлов зрителей, которые становятся одновременно и самостоятельным контентом».[1]

Насколько в действительности актуален и оправдан такой способ подачи информации можно отследить на примере конкретных радиостанций.

Радио «Звезда» - современная музыкально-разговорная радиостанция, которая делает основной акцент на военно-патриотическую тематику. [2] Радиостанция находится в составе медиагруппы «Звезда» и начала свое вещание 20 февраля 2005 года. Интернет-версия появилась уже через год, где стали публиковаться подкасты программ. Они же появляются с кратким описанием каждого выпуска в группе радио в социальной сети «ВКонтакте» (также распространяются в Одноклассниках, Facebook и Twitter). Найти радио можно и в специальных мобильных приложениях для iPhone и Android. Но в отличие от FM-версии на онлайн платформе нет рекламы, а также некоторых передач. «Звезда» - это не только об истории, но также о литературе и науке, и характерным для ее распространения в интернете является упор на подкасты и аудиокниги. Согласно данным исследования Mediascore доля слушателей (AQH Share) за период с января по март 2019 составила 1,8% (в 2017 - 2,5%), а рейтинг (AQH) - 0,36% (в 2017 - 0,34).[6] Помимо официального сайта, активно обновляется контент и в социальной сети «ВКонтакте» (18870 подписчиков). [3] Однако, реальная аудитория, просматривающая и комментирующая публикации, не соотносится с количеством подписчиков.

Радио «Комсомольская правда» - федеральная сетевая информационно-разговорная радиостанция, которая начала вещание в 2009 году. Постоянный контент - это авторские программы и спец проекты с приглашенным экспертами, которые обсуждают и анализируют совместно с ведущими текущие события.[4] В отличие от радио «Звезда», «Комсомольская правда» выходит на большее количество платформ распространения - не только веб-сайт и мобильные приложения для iPhone, Android, но также приложение для Windows, иные приложения для прослушивания подкастов (Google podcasts, Podcast Addict и др.),

онлайн-трансляция, спутниковое вещание, а также на Youtube-канале. Кроме того, следить за новостями и эфирами можно во всех социальных сетях («ВКонтакте», Facebook, Instagram, Twitter и др.). Официальный сайт представляет собой не только набор программ и архивных записей эфиров, но также короткие сводки новостей, соответствующие местоположению посетителя, источником которых выступает сайт газеты «Комсомольская правда». На сайте, помимо того, можно найти пресс-релизы, список гостей и ведущих радио. Согласно данным исследования Mediascope доля слушателей (AQH Share) за период с января по март 2019 составила 1% (в 2017 - 1,5%), а рейтинг (AQH) - 0,18% (в 2017 - 0,14).[6] Свой Youtube-канал насчитывает 84,5 тыс. подписчиков. Каждый выпуск представляет собой видеозапись эфира той или иной программы, то есть аудитория может не только слышать, но и видеть ведущих и работу в студии. Программы набирают различное количество просмотров - и 300, и 1,5 тысячи, и 10 тысяч. Публикации в социальной сети «ВКонтакте» (8258 подписчиков) выходят с такой же регулярностью - от 2 до 6-7 в день.[5] Однако, реальный интерес к опубликованным ссылкам на эфиры не такой большой, как, например, на канале.

Делая общий вывод для обеих радиостанций, можно выявить, что интерес аудитории в социальных сетях не такой высокий, как, возможно, хотелось бы. Но на это есть свои причины. Основная аудитория и радио «Комсомольская правда», и радио «Звезда» - мужчины и женщины старше 40 лет, среди которых больше всего пенсионеров, что в некоторой степени обосновывает отсутствие активной обратной связи в интернете (несмотря на то, что сейчас идет повышение компьютерной грамотности). Тем не менее, «Комсомольская правда» более адаптирована на других платформах, поскольку включает в себя больше аналитических программ, а это достаточно широкое поле для мультимедийного развития. Использование технологических возможностей в качестве инструмента продвижения радиостанций - общая черта для «Звезды» и «Комсомольской правды». Но главной причиной расширения платформ радио «Звезды» можно назвать «естественное следование за развитием современной медиасреды» [1]. Тогда как для «Комсомольской правды» это еще и заинтересованность в развитии бизнеса в Сети (распространение интернет-рекламы, а также предоставление платных услуг в виде подписки и продажи контента).

Источники и литература

- 1) Вартанова Е. Л. Мультимедийные стратегии московских FM-радиостанций.
- 2) Радио «Звезда»: <https://radiozvezda.ru>
- 3) Радио «Звезда» в соцсетях: <https://vk.com/radiozvezda>
- 4) Радио «Комсомольская правда»: <https://radiokp.ru>
- 5) Радио «Комсомольская правда» в соцсетях: <https://vk.com/radiokp>, <https://www.instagram.com/radio.kp>
- 6) Mediascope: <https://mediascope.net>