

## **Секция «Журналистика»**

### **Радиостанция «Коммерсантъ FM»: реализация формата all news в московском FM-диапазоне в 2012 году**

***Малашенко Ульяна Игоревна***

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия  
E-mail: u.malashenko@gmail.com*

Вопреки ожиданиям скептиков, минувший год показал, что информационные радиостанции способны не только выживать, активно усиливать свои позиции в медиапространстве: во времена нестабильности люди ценят в первую очередь информацию, а не развлекательный контент. Думские и президентские выборы, активизация общественно-политической жизни, массовые митинги оппозиции, а также ряд резонансных судебных разбирательств — все эти события позволили «Коммерсантъ FM» стать узнаваемым брендом. По данным портала Medialogia.ru, радио поднялось на три позиции и оказалось на 4 месте в списке самых цитируемых станций по итогам 2012 года.

Благодаря оперативности, обусловленной особенностями потокового вещания, станция смогла «отщипнуть» часть аудитории у крупнейшего игрока рынка — информационно-разговорного радио «Эхо Москвы». Это признал во время одного из круглых столов на факультете журналистики МГУ и один из ведущих сотрудников этой станции Матвей Ганапольский. Однако разрыв между этими станциями все равно остался огромным. В течение 2012 года лучшим местом в ежемесячном рейтинге у «Эха Москвы» было первое, а худшим — второе. А радио «Коммерсантъ FM» не смогло подняться выше 24 строчки. Более того, в августе 2012 года оно опустилось на рекордно низкое 32 место. Любопытно, что и прямых конкурентов из числа чисто информационных станций «Коммерсантъ» обогнать не смог. Радио «Вести FM» занимало в рейтинге места от 15-го до 10-го, а «Бизнес FM» - от 24-го до 14-го.

В январе 2013 года руководство «Коммерсантъ FM» приняло решение усилить разговорный сегмент эфира. В вечерний драйв-тайм было запущено трехчасовое шоу Андрея Норкина. Ранее на радиостанции в существовала только одна часовая разговорная программа: в 2010 году - «Дело на миллион», в 2011 г. - «Свободные деньги» с Дмитрием Солоповым, в 2012 году - «Новости в классике» с Андреем Норкиным и Дмитрием Быковым. Однако изменения в эфирной сетке пока не принесли видимого результата. Три недели февраля 2013 года «Коммерсантъ FM» держится на 28-м месте в рейтинге Comcon.

Очевидно, что вместо создания оригинального продукта и работы на целевую аудиторию руководство станции «Коммерсантъ FM» пошло по пути размывания формата и стало копировать уже известную и жизнеспособную модель «Эха Москвы». В этом случае бороться за внимание людей приходится не только с прямыми конкурентами, но и со всеми остальными станциями, включая музыкальные, а также с социальными сетями и другими формами проведения досуга. На наш взгляд, такая политика вряд ли может улучшить положение станции, поскольку лояльная аудитория, привыкшая получать новости мгновенно (а ведь именно это при запуске радио называлось его главной

задачей) натывается, по выражению первого главного редактора «Коммерсантъ FM» Дмитрия Солопова, на «бесконечные простатиты» в эфире — и уходит.

Любопытно, что ранее и «Вести», и «Бизнес FM» тоже пошли путем размывания формата. «Вести» дополнили эфир многочисленными аналитическими, спортивными и образовательными программами и стали информационно-разговорной станцией. А руководство «Бизнес FM», почувствовав, что с окончанием кризиса интерес к экономике снизился, сделало акцент на политических новостях, и в итоге из специализированной станции «Бизнес FM» почти превратился в all news радио. Многие программы очевидно повторяют порограммы «Коммерсантъ FM»: «Бизнес-кейс» на «Бизнес FM» - «Бизнес-кейс» с Митиным и Хомичем на ЪФМ, «VIP-блоги» - «Блогосфера» с Сергеем Соболевым, «Путешествия» с Андреем Дубровским - «Путешествия Петра Воронкова», «Тест-драйв Георгия Хачатурова» - «Автопилот» с Алексеем Слащевым и др. Все эти программы одинаково лаконичны: их хронометраж не превышает 2 минут. Впрочем, и теперь контент «Бизнеса» несколько отличается от контента классической неспециализированной потоковой информационной радиостанции. Во-первых, в эфире сохраняются большие программы экономической тематики (например, «Разговоры в траншее» или «Портфель Нади Грошевой»). Во-вторых, повестку дня и контент диктует ориентированность на премиальную аудиторию. Тем не менее, кажется, сейчас радио «Бизнес FM» куда больше похоже на «Коммерсантъ FM» первых двух лет вещания, чем нынешняя станция «Коммерсантъ».

Таким образом, 2012 год показал, что общемировая тенденция усиления специализации медиа Россию почти не коснулась. Создатели интересных проектов не знают, как можно привлечь интерес аудитории, работая в рамках оригинального формата. И в итоге все это приводит к тотальному однообразию в сегменте информационно-разговорных станций московского FM-диапазона.

## **Литература**

1. Список источников:
2. 1.Борецкий Р.А. Телевизионная программа. М., 1967. С.22
3. 2.Вартанова Е. Теория СМИ: актуальные вопросы. М., 2009.
4. 3.Деннис Э., Мэрилл Д. Беседы о масс-медиа. М., 1997
5. 4.Засурский Я. Н. Зарубежная журналистика. М., 2008.
6. 5.Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные/под ред. А.Г.Качкаевой. М., 2010.
7. 6.Журналистика на перепутье: опыт России и США/ под ред. Е.Л.Вартановой. М., 2006.
8. 7.Кийт М. Радиостанция. М., 2001.
9. 8.Макеенко М.И. Радиовещание и телевидение США в новом столетии: структура, экономика, стратегии. М., 2010.

10. 9. Медиа. Введение: учебник / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли. М., 2005.
11. 10. Мельник Г. Деловая журналистика. Спб.: Питер, 2009. С. 16
12. 11. Мировые СМИ в условиях финансового кризиса и новых технологий М., 2007.
13. 12. Радиожурналистика: учебник / под ред. А. А. Шереля. М., 2005.
14. 13. Система средств массовой информации России. М., 2001.
15. 14. Средства массовой информации России. М., 2011.
16. 15. Телевизионная журналистика: учебник / Под ред. Кузнецова Г. В. и др. М.: 2005
17. 16. Телерадиоэфир: история и современность / Под ред. А. Г. Качкаевой. М., 2008.
18. 17. Уиллер Д., Смолвуд Н. Бренд лидера: первый среди равных. СПб., 2004.
19. 18. Hendy David. Radio in the global age. Padstow, Cornwall. 2000.
20. 19. Kaempfer Rick, Swanson John. The radio producer's handbook. NY. 2004.
21. 20. Warren Steve. Radio. The book to creative professional programming. San Diego. 2004.
22. 21. Болотова Е. А. Максимов М. Н. Больше, чем радио. Прорыв свободный эфир // Телерадиовещание: история и современность / Под ред. Качкаевой А. Г. М., 2008.
23. 22. Болотова Л. Д., Кравченко С. В. Радиоформаты, форматирование, переформатирование // Вестник Московского университета. 2010, № 6.
24. 23. Кравченко С. Московский FM-диапазон: переформатирование коммерческих
25. радиостанций // Медиаальманах. 2010. №2
26. 24. Болотова Л. Д. Круглова Л. А. Радиопередел (в московском FM-диапазоне) //
27. 25. Телерадиовещание: история и современность / Под ред. Качкаевой А. Г. М., 2008.
28. 26. Новый игрок на московском радиорынке - «Коммерсантъ FM» - <http://www.vedomosti.ru>
29. 27. Сухарева В. А. Что такое «формат»? или искусство массовой кулинарии // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 6. С. 70
30. 28. Это реванш Дмитрия Солопова - <http://www.echonews.ru>
31. 29. <http://www.chaskor.ru>
32. 30. <http://www.comcon-2.ru/>

*Конференция «Ломоносов 2013»*

33. 31. <http://echo.msk.ru>
34. 32. <http://radio.bfm.ru>
35. 33. <http://www.radiovesti.ru/>
36. 34. <http://www.kommersant.ru/>
37. 35. <http://www.marker.ru>
38. 36. Medialogia.ru
39. 37. <http://mediaatlas.ru>