САМАРСКИЙ КОММЕРЧЕСКИЙ РАДИОЭФИР В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ФЕДЕРАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННО-МУЗЫКАЛЬНОГО РАДИОВЕЩАНИЯ В НАЧАЛЕ 90-х гг. XX ВЕКА — 2000-х гг. (ПО МАТЕРИАЛАМ МЕСТНЫХ И ФЕДЕРАЛЬНЫХ ГАЗЕТ)

В статье рассматриваются проблемы становления и развития регионального информационно-музыкального коммерческого радиовещания по материалам публикаций федеральных и местных изданий. Процесс складывания радиовещательного пространства Самары показан в контексте анализа основных тенденций развития федеральных средств массовой информации.

Ключевые слова: коммерческое радиовещание, информационно-музыкальное радио, тип вещания, сетевые радиостанции, медиахолдинг.

Система современного российского коммерческого вещания стала складываться относительно недавно, с начала 90-х годов XX в. Это время нового этапа в развитии российских средств массовой информации. В результате политических, экономических и социальных преобразований структура всех СМИ подвергается кардинальным изменениям. Частное информационно-музыкальное радиовещание стало уникальным явлением новой эпохи, появившись практически одновременно в разных регионах России. В рамках статьи мы постараемся выявить основные условия появления нового регионального СМИ, особенности его развития, типологию, рассмотрев данный процесс в контексте системы федерального коммерческого информационно-музыкального вещания.

В начале 90-х годов XX в. монополия Гостелерадио СССР была отменена, «Закон о печати» установил новый порядок функционирования СМИ [1, гл. 1, ст. 1]. Указ президента СССР «О демократизации и развитии телевидения и радиовещания в СССР», кроме профессиональной свободы журналистов, декларировал ключевой момент — право отдельного человека быть учредителем средства массовой информации [2, гл. 2, ст. 2—3, ст. 7].

После того, как в 1991 г. было разрешено частное, коммерческое радиовещание, в Москве, Санкт-Петербурге и в областных центрах страны начинается бурный рост негосударственных станций. Если в 1990 г. в Москве функционировали всего 3 негосударственные радиостанции, то в 1991 г. их стало 10, в 1991 г. — 21, 1993 г. — 27, в 1994 г. — 33. В целом же к середине 1994 г. государством было выдано свыше 400 лицензий на коммерческое радиовещание [3, с. 94].

30 апреля 1991 г. начинает свое вещание в УКВ-диапазоне в Москве, Санкт-Петербурге, Волгограде, Нижнем Новгороде, Тольятти, Владимире, Красноярске и Южно-Сахалинске первая в стране независимая коммерческая российско-французская радиостанция «Европа +». Каждые два часа давались выпуски новостей по материалам телеграфных агентств без политического комментария. Музыкальное вещание примерно в пять раз превышало речевое, а вместо привычного диктора появился

^{* ©} Фечина А.М., 2010

Фечина Арина Михайловна (fechina81@mail.ru), кафедра документоведения Самарского государственного университета, 443011, Россия, г. Самара, ул. Акад. Павлова, 1.

ведущий эфира. «Европа +» быстро потеснила привычные музыкальные программы Всесоюзного радио [4, с. 5]. В самарский эфир «Европа +» пришла в 1992 г. [5, с. 15]. 22 августа в московском радиоэфире появилась радиостанция «Эхо Москвы», ее учредителями являлись Моссовет, факультет журналистики МГУ, журнал «Огонек» и коллектив редакции. Круглосуточные программы станции можно было принимать на средних волнах и УКВ в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге, в отдельных районах Прибалтики. «Эхо Москвы» привлекло внимание аудитории авторскими программами, постоянным прямым общением со слушателями [6, с. 94]. В Самаре «Эхо Москвы» появилось в 1997 г. [7]. Газета «Волжская коммуна» сообщила о пресс-конференции, прошедшей на ГТРК-Самара и посвященной началу вещания. Новая радиостанция вышла в самарский эфир 1 октября на средних волнах [7, с. 1]. Выбор радиостанции «Эхо Москвы» для трансляции волжанам был не случайным. На ГТРК-Самара появилось дополнительное эфирное время, в связи с чем было принято решение «запустить» станцию общественно-политического звучания, знаменитую, прежде всего, оперативностью подачи новостей и изложением в эфире противоположных точек зрения. Несмотря на то, что радиостанция ретранслировала сигнал из Москвы, на местном «Эхе» выходили самарские программы: дневной выпуск новостей и вечерняя программа «Эхо дня». Таким образом, начало 1990-х гг. ознаменовало появление первых коммерческих информационно-музыкальных радиостанций как на федеральном, так и на местном уровнях.

Анализ специализированных работ позволяет выделить несколько различных классификаций российского и зарубежного радиовещания по тем или иным признакам. Основные критерии классификации — принадлежность станции тому или иному собственнику, охват аудитории, а также содержательно-тематическая направленность или тип вещания [8, с. 34]. По принадлежности собственнику выделяются государственные и негосударственные радиостанции. В коммерческом радиовещании следует выделить франчайзинговые (сетевые), местные и частные медиахолдинги [9, с. 35—36]. По типу вещания радиостанции подразделяют на информационные, информационно-музыкальные, музыкально-информационные и музыкальные [9, с. 89].

Самарский коммерческий радиоэфир начала 90-х гг. по своему качественному составу практически не отличался от эфира столичных городов — Москвы и Санкт-Петербурга. В радиопространстве Самары были представлены как сетевые (ретранслирующие сигнал так называемой «головной радиостанции», как правило, находившейся в Москве: «Европа +», «Эхо Москвы», «Русское радио»), так и местные (осуществляющие собственное программирование: Радио «Мегаполис», «Самара-Максимум») станции.

Радиостанция «Самара-Максимум», первая независимая станция в самарском регионе, производящая собственный программный продукт, была организована в 1992 г. [4, с. 3]. Позывные радиостанции впервые прозвучали над городом 7 мая [18, с. 4]. Уникальность «Самара-Максимум» в том, что коллектив радио самостоятельно разработал концепцию местного вещания с большим количеством развлекательных и социально значимых программ. Уже в 1998 г. на волнах станции звучали 5 авторских музыкальных программ, позже к ним добавились «Семейный адвокат», «Биржа труда». Одной из первых «Самара-Максимум» стала устраивать в эфире ток-шоу со знаменитостями, приезжающими в Самару [18, с. 4]. В 1994 г. в городском эфире зазвучала другая местная станция — Радио «Мегаполис» [11, с. 36—37].

Дальнейшее развитие российского коммерческого вещания имело свои отличительные особенности. Часть станций испытали сильное влияние государственных радиоструктур. Ряд каналов осваивал западные модели — сначала в чистом виде, а затем с пониманием необходимости их модификации, адаптации к российским условиям. При этом, анализируя особенности формирования радиоструктур вообще, следует учитывать тот факт, что развитие радио в крупных «столичных» городах

коренным образом отличалось от развития в регионах. Если в Москве и Санкт-Петербурге коммерческое радио появилось и развивалось на основе американских и европейских (французских и британских) теоретических и практических разработок, то в регионах в большинстве случаев просто копировались московские схемы, часто даже без понимания внутренних механизмов и скрытых пружин их работы [12, с. 4–18].

Среди основных особенностей развития отечественного коммерческого радиовещания можно выделить тенденцию развития сетевых станций. Это «головные станции», имеющие филиалы на местах и охватывающие вещанием обширную территорию.

В настоящий момент в эфирном пространстве Самары действует свыше 25 радиостанций. При этом к сетевым информационно-музыкальным радиостанциям относятся 20, и только две из них («Самара-Максимум» и «Кот-fm») осуществляют собственное программирование [13].

К числу важных явлений развития российского радиорынка на рубеже XX-XXI вв. следует отнести процесс поглощения небольших станций крупными медиахолдингами. На сегодняшний день в Самаре несколько радиохолдингов, часть которых представлена московскими вещателями. Один из них — группа компаний «Выбери радио». Это крупнейшая структура, специализирующаяся на региональных радиостанциях. В настоящий момент в сеть компании входят 56 радиостанций в регионах России. В Самаре компания объединяет радио «Милицейская волна», «Радио 7», радио «Рекорд», радио «Дача» [14, с. 6]. Существенная часть медиаактивов сосредоточена в холдинге «ВКПМ-Самара». В 2008 г. в Самаре головная корпорация «Профмедиа» приобрела четыре компании с лицензиями на вещание радиостанций «Авторадио», «Юмор FM», Energy и «Радио Алла» [15, с. 4]. Среди самарских радиовещателей крупнейший на данный момент — медиахолдинг «РегионМедиа». В активах компании радио «Ретро-fm», «Эхо Москвы», «Европа +», «Love radio» [16, с. 12], ОАО ТРК «Терра» объединяет «Русское радио», Радио «DFM», «Добрые песни». Ранее самостоятельная в плане производства эфирного продукта самарская радиостанция «Мегаполис» вошла в состав екатеринбургского радиохолдинга [17, с. 24]. Остальные радиостанции, так или иначе, имеют право распоряжаться своим эфиром самостоятельно.

Таким образом, процесс развития регионального коммерческого радиовещания по своей структуре и типологии близок к московскому. На сегодняшний день самарский FM-диапазон отражает две главные тенденции — стремление холдингов расширять свое влияние и готовность станций-одиночек увеличивать свой рекламный бюджет за счет вхождения в медиа-корпорации. Следует отметить, что история формирования местной медиаотрасли в целом носит объективный характер и закономерно повторяет в своем развитии процессы, свойственные коммерческому радиовещанию столичных городов — Москвы и Санкт-Петербурга.

Библиографический список

- 1. Закон СССР от 12.06.1990 № 1552-1 «О печати и других средствах массовой информации» // Правовой сервер «Консультант плюс» [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=ESU;n=59 (дата обращения: 10.03.2010).
- 2. Указ Президента СССР от 14.07.1990 № 357 «О демократизации и развитии телевидения и радиовещания в СССР // Правовой сервер «Консультант плюс» [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=ESU;n=3355 (дата обращения: 06.03.2010).
- 3. Радиожурналистика: учебное пособие для студентов специальности «Журналистика» / под ред. А.А. Шерель. М.: МГУ, 2005. 478 с.
- 4. Полински Ж. Как французы к нам Стрижа запустили // Комсомольская правда. 1992. 10 декабря.

Самарский коммерческий радиоэфир в контексте развития системы федерального информационно-музыкального радиовещания в начале 90-х гг. XX века — 2000-х гг. (по материалам местных и федеральных газет) 177

- 5. Сиверкин А. Борис Фрадков: «моя судьба решилась в итальянском ресторане» // Самарское обозрение. 1996. 21 апреля.
- 6. Бутман С. «Мы команду подбираем не по идеологии» // Независимая газета. 1992. 25 февраля.
 - 7. «Эхо Москвы» докатилось до Самары // Волжская коммуна. 1997. 30 сентября.
- 8. Засурский Я.Н., Алексеева М.И., Болотова Л.Д. Система средств массовой информации России: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2003. 259 с.
 - 9. Бубукин А.В. Эфирные тайны. Новосибирск: Изд-во «FM-реклама», 2003. 148 с.
 - 10. Федорова Т. Первая и независимая // Самарская газета. 1998. 13 мая.
- 11. Снова в свободном плавании: Радио «Мегаполис» перешагивает 10-летний рубеж без титульного спонсора // Дело. 2004. 7 декабря. С. 36—37.
- 12. Радио: музыкальное, новостное, общественное...: сборник лекций / под ред. В.А. Сухаревой. А.А. Аллахвердова. М.: Фонд независимого радиовещания, 2001. 224 с.
- 13. Исследовательская компания «Arbalet». Результаты непрерывного исследования. Март—апрель—май 2009 [Электронный ресурс]. URL: http://www.arbalet-63.ru/sam-mar-may-09.html (дата обращения: 09.03.2010).
 - 14. Ветчинкина Ю. Таврин в эфире // Ведомости. Среднее Поволжье. 2007. 11 апреля.
- 15. Браженко Е. Медиа-холдинг приплыл по радиоволне. Вещательная корпорация «Проф-Медиа» начала движение в регионы // Самарские известия. 2008. 25 июня.
- 16. Анзонгер Т. Кокнаев выходит из радийного бизнеса // Самарское обозрение. 2008. 17 марта.
- 17. «Мегаполис» зазвучит по-екатеринбургски. Александр Голубев продал свое радио Николаю Грахову // Время. 2006. 7 ноября.
- 18. Абкина Е. Максимально самарское радио: о становлении Радио «Самара-максимум» // Репортер. 2007. 4 мая. С. 8–12.

A.M. Fechina*

SAMARA COMMERCIAL BROADCASTING AND THE SYSTEM OF NATIONAL INFORMATION AND MUSIC BROADCASTING FROM THE BEGINNING OF 1990-IES TILL PRESENT TIME (BASED ON ARTICLES IN LOCAL AND NATIONAL NEWSPAPERS)

The main issue of this article is formation and evolution of regional commercial information and music broadcasting. The period investigated is since 1990s till present time. The main source for research is articles of local and national mass media. Main tendencies of evolution of national mass media are analyzed and illustrated by the process of broadcasting formation in Samara.

Key words: commercial broadcasting, information and music broadcasting radio, type of broadcasting, network radio stations, media holding.

^{*} Fechina Arina Mihailovna (fechina81@mail.ru), the Dept. of Scientific Discipline of Documentation, Samara State University, Samara, 443011, Russia.