

**Секция «Журналистика»**

**Региональное радиовещание в системе национальных медиахолдингов (на примере Тамбовской области)**

*Ключевский Дмитрий Александрович*

*Аспирант*

*ИПК работников телевидения и радиовещания, Факультет журналистики, Москва, Россия*

*E-mail: d.kluchevskiy@firstnews.ru*

Начиная со второй половины 1990-х годов, крупные СМИ стали всё чаще объединяться в холдинги, чтобы иметь больше финансовых, информационных и иных возможностей на рынке масс-медиа. Сейчас в эфире почти не осталось радиостанций, которые бы существовали вне какого-либо объединения. Наиболее влиятельными игроками более 10 лет остаются Русская медиагруппа, Европейская медиагруппа, Газпром-медиа, государственный холдинг ВГТРК, а также самый крупный по капитализации ПРОФ-МЕДИА.. Федеральные станции вообще сложно представить вне их структуры, а региональные чаще всего становятся лишь филиалами головных станций с довольно ограниченной самостоятельностью.

Если не считать малочисленные успешные проекты региональных холдингов, как например, «Выбери радио» Ивана Таврина, который охватывает практически всю Сибирь, то большинство регионов довольствуются лишь ретрансляторами федеральных каналов и радиостанций, где кроме местной рекламы и малотрудоёмких развлекательных передач почти отсутствует собственный контент.

Если рассмотреть ситуацию в Тамбовской области, то она вполне типична для дотационных регионов страны, где общее количество электронных СМИ ограничено, а собственных и вообще почти нет.

Хоть как-то поддерживает региональную информационную нишу холдинг ВГТРК, которому по наследству досталась вся советская инфраструктура Гостелерадио. Однако в последние годы рейтинг этих местных ГТРК заметно упал, и конкурировать им с коммерческими станциями становится всё сложнее.

Причин в этом несколько. Во-первых, принципы работы, программирования и подачи материала, зачастую, мало отличается от советской системы работы. Программам не хватает динамики и современной живости. Во-вторых, несмотря на отсутствие прямых конкурентов в информационном плане и большую зону покрытия, государственное радио слушает всё меньше народа, как по техническим, так по социально-идеологическим причинам. И, наконец, окупаемость разговорно-информационной станции на порядок ниже развлекательного радиоканала.

До середины 2000-х годов в Тамбове существовала некая альтернатива в виде муниципального информационного радио «Новый Век», но по финансовым причинам и из-за низких рейтингов проект свернули.

Наиболее ярким на сегодняшний день в городе и области остаётся минихолдинг «Олимп», куда помимо двух каналов-ретрансляторов – СТС и РЕН входит ещё радио «Эхо Москвы» и «Наше радио». Последнее также до середины 2000-х годов существовало как самостоятельное и довольно успешное СМИ – первая региональная рок-станция «Гудвин», но в 2007 году она стала филиалом «Нашего Радио». В результате время

вещания сократилось до 2 часов в сутки, да и УКВ-диапазон не прибавляет станции популярности.

Единственный номинально оригинальный и самостоятельный проект в регионе – станция «GLOBAL FM», но и она является частью межрегионального медиа-холдинга. Её чисто музыкальный формат с минимум информации не требует крупных финансовых или кадровых вложений, отсюда и её относительный успех и долгожительство в тамбовском эфире.

Остальные 7 станций, который кстати лидируют по рейтингам, это ретрансляторы популярных федеральных станций – «Русское радио», «Автордио», «Дорожное радио», «Love радио» и «Ретро FM», «МузFN» и «Европа Плюс». Их музыкальные форматы а также имя позволяет завоёвывать региональную аудитория при отсутствии собственных конкурентоспособных станции.

Вышеизложенные данные говорят о том, что с каждым годом создать собственную независимую региональную станцию все сложнее, тем более разговорно-информационную. В этой связи может быть два основных подхода – участие крупного бизнеса или создание СМИ на муниципальном уровне. Однако и тот и другой вариант имеют свои риски, связанные с отстаиванием и лоббированием тех или иных интересов.

Ещё и ещё один вариант – полное и комплексное реформирование ВГТРК и его филиалов. Однако региональные отделения, являясь частью федеральной радиокompании с государственным финансированием и регулированием всё равно не смогут в полном объёме обеспечить регионы объективной информацией.

Вероятнее всего, в ближайшие годы продолжится передел регионального медиарынка между крупными игроками с расширением сетей городов-вещания. О создании нового влиятельного полюса по аналогии с «Выбери радио» в нынешних экономических условиях говорить не приходится.

## **Литература**

1. Болотова Л.Д. Радиовещание в начале XXI века: новые реалии и старые проблемы // Телерадиоэфир: история и современность / Под ред. Я.Н. Засурского М., 2005. с.147–161.
2. Болотова Л.Д., Круглова Л.А. Радиопередел (в московском FM-диапазоне) // Телерадиоэфир: история и современность / Под ред. А.Г. Качкаевой. М., 2008. с.260 – 276.
3. Варганова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003. – 335 с.
4. Варганова Е.Л. Основы Медиабизнеса. М., 2009. – 320 с.
5. Засурский Я.Н. Российское радиовещание – XXI век. Самый открытый источник информации // Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990 – 2007. М., 2007. – 357 с.
6. Телерадиоэфир: история и современность / Под ред. А.Г. Качкаевой. М., 2008. – 400 с.