

**Влияние пандемии Covid-19 на радиоиндустрию: региональный опыт ГТРК
«Ставрополье»**

Научный руководитель – Тихонова Ольга Владимировна

Шевцов Алексей Алексеевич

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра телевидения и радиовещания, Москва, Россия

E-mail: shevtsov.aleksey.2013@mail.ru

Пандемия коронавирусной инфекции Covid-19 нанесла огромный ущерб всей медиаиндустрии. Однако в сложившейся ситуации большие потери понесли именно радиостанции, что проявилось как на рекламных доходах, так и на аудиторных показателях прослушивания. Согласно отчету «Рынок радио в 2020. Основные тенденции» компании Mediascope, рекламный рынок за первое полугодие 2020 г. (4,6 млрд. руб) сократился на 37 %, по сравнению с тем же периодом 2019 г. (7,5 млрд. руб). Средние аудиторные данные за сутки и за неделю снизились на 6 % и 5 % соответственно. В среднем, в 2019 г. радио слушали ежедневно 62 % населения РФ, в следующем - только 56 %; еженедельно - 85 % и 80% соответственно [6].

В результатах имеющихся исследований рекламного рынка и аудиторных показателей радиоиндустрии общенационального уровня отсутствуют данные о ситуации в сфере радиожурналистики периода пандемии в регионах. Изучение положения ГТРК «Ставрополье» проведено автором на основе открытых данных, касающихся пользовательской аудитории, в сообществах радиостанций в соцсетях.

В эмпирическую базу исследования вошли размещенные на платформах «ВКонтакте» и Instagram 20 выпусков программ (общим хронометражем 14 ч. 42 мин) - утренней «Говорим сегодня» (11:10-12:00, «Радио России. Ставрополье») и вечерней «Нескучный вечер» (20:05-21:00, «Радио Маяк. Ставрополье»).

Так, в эфирную неделю с 20 по 26 января 2020 г. радиостанции «Радио Маяк. Ставрополье» (104.3 FM) и «Радио России. Ставрополье» (85.6 FM) насчитывали во «ВКонтакте» 2437 и 506 пользователей соответственно. 16-22 ноября 2020 г. значения этих показателей изменились незначительно: 2440 и 542.

За указанный период материалы «Радио Маяк. Ставрополье» [5], в среднем, получали 19 отметок «нравится», почти столько же (18) в ноябре, а также 0.8 и 1.8 репоста соответственно. Разница охвата аудитории составила 182 чел.: 491 чел. в начале года и 309 чел. в ноябре.

В общем, развитие аккаунта радиостанции «Маяк. Ставрополье» неоднозначно. При значительном росте репостов и почти не изменившемся количестве подписчиков и отметок «нравится», количество людей, увидевших материалы в сети, сократилось более чем на треть (37 %), что стало скорее следствием алгоритмов «ВКонтакте». Важно отметить, что отдел радиовещания ГТРК «Ставрополье» с 30 марта по 1 июня занимался производством новостного контента, ведение разговорных программ прекратилось (исключением стал эфир от 07.05.2020 ко Дню радио). Предположительно, все последующие материалы затерялись в ленте событий соцсети: выкладка перестала быть регулярной.

Посты «Радио России. Ставрополье» [4] набирали, в среднем, равное количество отметок «нравится» (17) в январе и ноябре, количество репостов - 0.4 и 0.6 соответственно, средний охват составил 196 чел. в январе и 208 - в ноябре. Почти все показатели имели положительную динамику, но активность аудитории почти не изменилась.

В целом, аккаунт радиостанции «Радио России. Ставрополь» успешный относительно: рассматриваемые показатели почти не изменились, а количество лайков осталось прежним. Важно отметить, что на фоне такой стабильности мы наблюдаем увеличившийся в ноябре численный разрыв между публикациями с наибольшими и наименьшими показателями.

В Instagram на аккаунт «Маяк. Ставрополь» (stradiomaniac) [7] были подписаны 1997 чел. в январе и 1973 в ноябре (-24); на аккаунт «Радио России. Ставрополь» (stradiorussia) [8] - 296 и 337 чел. (+41) соответственно. Разрыв данных более чем в 6 раз оправдан разной целевой аудиторией [2, 3].

Что касается других показателей Instagram, то количество отметок «нравится» в аккаунте радиостанции «Маяк. Ставрополь» было в пределах от 15 до 24 (в среднем, 19) в январе и от 19 до 24 (в среднем, 21) в ноябре; в аккаунте «Радио России. Ставрополь» - от 20 до 35 (в среднем, 26) в январе и от 17 до 34 (в среднем, 22) в ноябре.

При этом читателей публикаций - 200-300 / 1200-1300 чел., историй - 150-200 / 700-1000 чел. [1] за исследуемый период не изменились и остались в прежних границах. Таким образом, не всегда активность аудитории пропорциональна ее количеству.

Для удержания и расширения своей аудитории радиоотдел ГТРК «Ставрополье» инициировал конкурсы (розыгрыш билетов в кинотеатр и др.) и тематические опросы («А вы носите маску?» и др.) в аккаунтах соцсетей, что помогло увеличить сетевую интерактивность радиостанций. Однако подобные новые форматы не отличались регулярностью в эфире и в конкретные изучаемые периоды не зафиксированы, что, возможно, и сказалось на снижении некоторых показателей аудиторной активности.

Итак, FM-вещанию периода карантина свойственно явление сокращения аудитории станций. Согласно докладу «Рынок радио в 2020. Основные тенденции» компании Mediascope, потери связаны со снижением количества водителей (основных слушателей) и сменой медиапотребления в пользу соцсетей [6]. При этом интернет-аудитория ГТРК «Ставрополье» увеличилась (за исключением аккаунта «Маяк. Ставрополь» в Instagram из-за аудиторной антиактивности «молодой» радиостанции в условиях отсутствия конвейерного поступления контента).

Соцсети радиостанций РФ стали запасной платформой, нивелировавшей влияние условий пандемии. Потребность аудитории в новостях превысила показатели докарантинного уровня на 2 % и доковидного - на 4,1 %, по данным Mediascope [6]. Теоретически информационные радиостанции легче справлялись с кризисом, вызванным Covid-19. Разговорные программы ГТРК «Ставрополье» пропали из сетки вещания с конца марта и до начала июня, контент стал исключительно информационным, но уже не публиковался в сетевом пространстве. Такое решение скорее ошибочно: в ситуации сохранения контент-стратегии радиостанции смогли бы не только удержать целевую аудиторию, но и увеличить ее, несмотря на изменившиеся условия.

Источники и литература

- 1) Личное интервью с шеф-редактором краевой службы радиовещания ГТРК «Ставрополье» К. Лушниковым от 5 мая 2020 г.
- 2) Аудитория радиостанций // Медиаскоп. 2019. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/092/RI_2019_1_report.pdf.
- 3) Курносова Е. Социальные сети в цифрах // Mediascope. 2019. URL: <https://clck.ru/NggsN>.

- 4) Радио России. Ставрополье // ВКонтакте. URL: <https://vk.com/russiaradio>.
- 5) Радио Маяк. Ставрополь // ВКонтакте. URL: <https://vk.com/mayakstavropol>.
- 6) Рынок радио в 2020. Основные тенденции // Mediascope. 2020. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/2e3/Mediascope_RAR_2020.pdf
- 7) Stradiomaniac // Instagram. URL: <https://www.instagram.com/stradiomaniac/>
- 8) Stradiorussia // Instagram. URL: <https://www.instagram.com/stradiorussia/>.