

ФОРМАТ РАДИОСТАНЦИЙ И ФОРМАТООБРАЗУЮЩИЕ ПРИЗНАКИ РАДИОПРОГРАММ

В.А. Егошкина

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия)

Аннотация: В связи с необходимостью радиостанциям для успешного функционирования иметь не только оригинальный контент, который будет востребован аудиторией, но и набор отличительных черт, выделяющих данную радиостанцию из ряда подобных, в работах ряда исследователей актуализируется понятие «формат», которое позволяет выявить и описать специфику определенного медиапродукта, но, вместе с тем, в настоящее время до конца не изучено и в полной мере не описано. В статье рассматриваются подходы к определению термина «формат», актуальные непосредственно для сферы радиовещания, приводятся классификации форматов радиостанций, осуществляется попытка выделить форматообразующие признаки, позволяющие детально проанализировать и охарактеризовать радиопрограмму.

Ключевые слова: формат, форматообразующие признаки, радиожурналистика, радиовещание.

Для цитирования:

Егошкина В.А. Формат радиостанций и форматообразующие признаки радиопрограмм // Коммуникативные исследования. 2017. № 2 (12). С. 61–68.

Сведения об авторе:

Егошкина Виолетта Александровна, аспирант, преподаватель кафедры журналистики и медиалингвистики

Контактная информация:

Почтовый адрес: 644077, Россия, Омск, пр. Мира, 55а

E-mail: v.egoshkina@yandex.ru

Дата поступления статьи: 03.04.2017

В современной радиожурналистике такие факторы, как развитие технических возможностей радиостанций, их очевидная коммерциализация, стремление найти новые формы взаимодействия со слушателем и разнообразить контент радиопередачи в частности и радиостанции в це-

лом, накладывают определённый отпечаток на программу вещания каждой радиостанции. Иными словами, для успешного функционирования и получения коммерческой прибыли радиостанциям необходимо иметь не только оригинальный контент, который будет востребован аудиторией, но и набор отличительных черт, выделяющих данную радиостанцию из ряда подобных.

Указанные особенности позволяют нам говорить о сложной, развивающейся структуре радиодискурса, в рамках которой, в зависимости от базовой цели, коммуникативных характеристик адресанта и адресата, общей интенции коммуникации, генеральной коммуникативной стратегии, типа контента, можно выделить такие виды радиодискурса, как познавательный, информационный, аналитический, развлекательный и проч.

Современные радиостанции непрерывно ведут борьбу за свою аудиторию, стремясь занять собственную нишу и быть конкурентоспособными в достаточно жестких условиях рынка. Вследствие этого возникает необходимость в тщательном медиапланировании, детальной проработке контента и структуры радиопрограммы. В связи с этим для радио становится весьма актуальным термин «формат», который «именно в сфере радиовещания является предметным, конкретным и определяющим формально-содержательные аспекты практической деятельности конкретной редакции, конкретного медиа, конкретного журналиста» [Фомина 2012: 16].

Понятие «формат» активно используется недавно, поэтому однозначного, устоявшегося определения не имеет. Некоторые исследователи, рассматривая этот феномен, выделяют такие его аспекты, которые характерны только для радиодискурса. В частности, А.А. Шерель под форматом понимает «концепцию радиостанции, включающую содержание, ритмы вещания, эстетические нормы программирования, манеру работы ведущих и другие специфические особенности организации передач, а также структурирование программных элементов в соответствии с потребностями целевой аудитории» [Шерель 2000: 208].

Е.Р. Раскатова рассматривает формат в двух значениях. Одно из них – более широкое – определяет формат как систему формирования творческой концепции вещания, ориентированной на определенный сегмент аудитории. В более узком понимании формат – это набор музыкальных и информационных направлений, которые радиостанция использует для привлечения конкретной аудитории [Раскатова 2003].

В.А. Сухарева высказывает мнение, что «формат – это концепция вещания станции, призванная привлечь определённую аудиторию с учётом ее социально-демографических, психотипических, поколенческих характеристик, стиля жизни и даже уровня духовного развития» [Сухарева 2010: 72].

Основными критериями, определяющими формат, являются стилистика звучащей в эфире музыки и имидж радиостанции, зависящий от многих факторов, в первую очередь таких, как музыкальное оформление эфира, т. е. джинглы, музыкальные заставки и шумы, манера работы диджеев или ведущих музыкальных программ, форма подачи музыкального материала, его компоновка и микширование [Почкай 1999: 102].

В зависимости от выбранных параметров исследователи предлагают различные классификации форматов радиостанций. Так, весьма популярной считается американская теория форматов, которая учитывает преимущественно такие показатели, как возраст, гендер, социальный статус целевой аудитории, музыкальное оформление эфира, работа ведущего.

В общем виде можно выделить следующие типы вещания радиостанций:

- информационный – музыки в эфире практически не бывает: обычно это «закольцованные» выпуски новостей с постоянным обновлением информации и рекламными вставками, реже к выпускам новостей добавляются короткие ток-шоу;
- информационно-музыкальный – предполагает следующее соотношение музыки и информации: 60–70 % информации, 30–40 % музыки; большинство государственных и некоммерческих частных радиостанций характеризуются именно как информационно-музыкальные;
- музыкально-информационный – имеет противоположное соотношение информации и музыки: 30–40 % информации и 60–70 % музыки;
- музыкальный – количество информации на радиостанциях такого типа, включая короткие рубрики и выпуски новостей, не превышает 10–20 % эфирного времени.

Музыкально-информационные и музыкальные радиостанции, в свою очередь, могут быть конкретизированы в зависимости от транслируемой музыки (современная танцевальная музыка, ретрохиты, отечественный рок и т. д.) и целевой аудитории (учитывается возраст, гендер, профессия, социальный статус и проч.). Информационные и информационно-музыкальные радиостанции с точки зрения характера информации, ее анализа, подачи, базового жанра могут быть разделены на аналитические, публицистические и т. д.

Отдельно исследователи выделяют разговорный формат, в последнее время набирающий все большую популярность среди отечественных радиостанций. Радиостанции данного формата, в свою очередь, могут подразделяться на станции широкого профиля, информационные станции широкого профиля, деловые, культурно-просветительские, спортивные, детские, развлекательные, юмористические и проч.

Важно учесть, что представленные классификации – это лишь очень обобщенные модели, которые могут быть конкретизированы при помо-

щи ряда параметров. Форматов в чистом виде не существует, в настоящее время наблюдается смешение разных элементов.

Очевидно, что форматы радиостанций могут быть схожи, тем не менее каждая радиостанция стремится быть узнаваемой, запоминающейся и оригинальной. Для этого детально прорабатывается структура каждой отдельной программы, определяется ее целевая аудитория, задачи, тематика, жанровое своеобразие и т. д. Поэтому термин «формат» считаем уместным применять не только к радиостанции, но и к отдельно взятой радиопрограмме.

Так, предлагаем выделить следующие форматообразующие признаки, позволяющие наиболее детально выявить специфику той или иной программы:

- **Название радиопрограммы.** Оно является ее важнейшим отличительным признаком. Наименование передачи – это именно то, что слушатель запомнит в первую очередь. Именно поэтому при разработке названия передачи делается ставка на языковую игру, ассоциативность, доступность для понимания, уместность и приятное звучание. Зачастую в названии используются многозначные слова, приобретающие в данном контексте совершенно новый оттенок значения.

- **Новостные сообщения.** Характер подачи новостных сообщений во многом определяет формат радиостанции, а во многом и сам изначально задан установленным форматом. Так, на информационных радиостанциях новости будут иметь официальный характер, в сообщениях будет представлена информация о политических, экономических, социальных событиях страны и мира. На радиостанциях развлекательного формата крайне редко можно услышать официальные сообщения, чаще всего информация новостных блоков представлена в виде инфотейнмента.

- **Музыкальное оформление.** Несомненно, одним из главных факторов выбора той или иной радиостанции является ее музыкальное наполнение. Существуют радиостанции, в которых разные музыкальные стили и жанры могут смешиваться, например радиостанции, эфир которых наполнен танцевальной музыкой разных стилей. Также есть радиостанции, и их не меньше, которые отдают предпочтение одному выбранному музыкальному направлению, и другой музыки в их ротации услышать невозможно. Немаловажным показателем остается объем музыкальных композиций, звучащих в эфире.

- **Структура радиопрограммы.** Эфирное время радиопередачи четко разделено: каждой рубрике, интерактивной игре, прочтению сообщений от слушателей, включению новостных и музыкальных блоков, передаче прогноза погоды и подобному отведено конкретное время в структуре эфирного часа. Рубрикатор передачи формируется с учетом интереса целевой аудитории, времени выхода радиопрограммы в эфир, ее целевой

установке и общему направлению. Кроме того, структурное наполнение эфира определяется и форматом радиостанции в целом.

• **Базовый жанр радиопрограммы.** Жанр определяет степень свободы поведения ведущего в эфире. Существуют жанры, в которых какие-либо вольности недопустимы, а для другой группы жанров это может являться нормой. Иными словами, если мы говорим о серьезной аналитической передаче, гостем которой является, например, политик, то, скорее всего, передача будет строиться в жанре информативной беседы, с четким разделением ролей и соблюдением норм этикета. Если же мы берем во внимание передачу развлекательного характера, к примеру утреннее шоу, то базовым жанром будет выступать фатическая, малоинформативная беседа, а коммуникация будет носить характер дружеского общения, где получение какой-либо информации не является основной целью. По мере развития коммуникации в базовый жанр, безусловно, могут включаться и другие группы жанров, поскольку жанры в чистом виде сейчас встречаются крайне редко.

• **Тематическая структура программы.** Круг актуализированных в радиопрограмме тем позволяет сделать выводы о характере коммуникации в эфире, определить ее принадлежность к тому или иному типу вещания: культурно-просветительскому, развлекательному, информационному и т. д. Немаловажным фактором также является степень раскрытия темы, основательность анализа затрагиваемых вопросов. Так, для программ информационно-аналитического формата характерны подробное раскрытие темы, довольно узкий круг обсуждаемых вопросов, детальная проработка проблемы. А в передачах развлекательного формата отсутствует тематическая иерархичность, переход от одной темы к другой осуществляется спонтанно. Кроме того, для программ такого формата характерен широкий круг затрагиваемых вопросов, зачастую не имеющих связи между собой. Степень раскрытия темы минимальна, информация подается в виде инфотейнмента.

• **Вербальное оформление программы.** Этот параметр играет немаловажную роль в формировании имиджа радиопрограммы. Формат программы определяет тон коммуникации, установки ведущих, их речевое поведение. Так, в программах информационного формата зачастую коммуникация между ведущими выдержана в рамках институционального общения, в ней соблюдаются нормы этикета, преобладает ровный, спокойный, нейтральный тон общения. Иначе можно описать процесс общения между ведущими и слушателями в программах развлекательного формата: речь прерывиста, имеет достаточно быстрый темп, частотна установка на «ты-общение», тон коммуникации взволнованный, нередко встречаются сленговые слова, жаргонизмы.

• **Работа ведущего.** Это многоаспектный критерий, включающий манеру поведения ведущего, его психологические, интеллектуальные, го-

лосовые, тембральные характеристики. Каждый ведущий в структуре эфирного часа имеет свои цели, задачи, установки, от реализации которых зависит, будет ли иметь успех у аудитории та или иная программа. Кроме того, ведущий обладает уникальными личностными, в том числе речевыми, характеристиками, которые в совокупности позволяют выделить его из ряда других ведущих и описать как дискурсивную языковую личность.

• **Количество ведущих.** Также определяет характер коммуникации в эфире, влияет на выбор темы беседы, ее развитие и изменение. В настоящее время в радиопрограммах обычно представлены либо дуэт, либо трио ведущих.

• **Гендерные характеристики ведущих.** Общение между ведущими-мужчинами обычно предполагает более рациональный, последовательный анализ событий. Если же информация подается в ироничном ключе, то ирония, скорее всего, будет более жесткая, с долей черного юмора. Женщина-ведущий имеет самобытный взгляд на вещи, зачастую ей приходится доказывать партнерам по эфиру правоту своего мнения, отстаивать свою точку зрения. Кроме того, ведущая может вносить в коммуникацию некую долю легкости, непосредственности, что, в свою очередь, может вызвать некоторую иронию со стороны ведущих-мужчин.

• **Наличие / отсутствие гостя в студии.** Присутствие эксперта в студии определяет круг затрагиваемых в программе тем, тональность беседы, цели, задачи ведущего. Обычно гость является известной личностью, экспертом в той или иной области. Ведущий делает особое ударение на авторитет гостя, играет на повышение его статуса. Ролевые функции при наличии гостя четко разграничены, именно ему ведущие отдают преимущество в эфире, нередко лишая друг друга возможности высказаться.

Таким образом, термин «формат» является широким понятием, включающим множество аспектов и факторов, что позволяет приводить различные классификации радиоформатов, выделяемых по разным основаниям. Параметры, определяющие формат на радио, с одной стороны, уникальны и могут применяться только в радиодискурсе. С другой – имеют схожие черты с форматобразующими признаками иных медиа-продуктов. Понятие «формат» возможно применять не только при характеристике радиостанции, но и при описании отдельной радиопрограммы. Также можно отметить, что формат диктует условия функционирования радиостанций и задает конкретные параметры каждой отдельной программы.

Список литературы

Почкай Е.П. Технология СМИ. Выразительные средства телевидения и радио: учеб. пособие. СПб.: Знание, 2000. 100 с.

Раскатова Е.Р. «Формат» в радиовещании как термин и как понятие // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2003. № 5–6 (40–41). С. 22–28.

- Сухарева В.А. Что такое «формат»? Или искусство массовой кулинарии // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 10. С. 70–74.
- Фомина М.В. Особенности трансформации российского регионального радиовещания в современных условиях: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2012. 28 с.
- Шерель А.А. Радиожурналистика: учебник для высших учебных заведений. М.: Моск. гос. ун-т, 2000. 267 с.

References

- Fomina, M.V. (2012), *Osobennosti transformatsii rossiiskogo regionalnogo radioveshchaniya v sovremennykh usloviyakh* [Features of transformation of the Russian regional radio broadcasting in modern conditions], Author's abstract, Moscow, 28 p. (in Russian)
- Pochkai, E.P. (2000), *Tekhnologiya SMI. Vyrazitelnye sredstva televideniya i radio* [The technology of mass media. Expressive means of TV and radio], textbook, St. Petersburg, Znanie Publ., 100 p. (in Russian)
- Raskatova, E.R. (2011), Format v radioveshchanii kak termin i kak ponyatie [Format in radio broadcasting as a term and as a concept]. *Aktsenty. Novoe v massovoi kommunikatsii* [Accents. New in mass communication], No. 5-6 (40-41), pp. 22-28. (in Russian)
- Sherel, A.A. (2000), *Radiozhurnalistika* [Radio journalism], textbook, Moscow, Moscow University Publ., 267 p. (in Russian)
- Sukhareva, V.A. (2010), What is Format? Or the Art of Mass Cooking. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Series 10. Journalism*, No. 10, pp. 70-74. (in Russian)

THE FORMAT OF RADIO STATIONS AND SIGNS OF THE FORMAT RADIO PROGRAM

V.A. Egoshkina

Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russia)

Abstract: Radio station must have original content, which will be demanded by the audience, and distinctive features, which can set this radio station from a number of similar, in order to operate successfully. In this regard in the works of a number of researchers becomes relevant the concept of “format”, which allows to reveal the specificity of certain media product. The concept “format” is not fully understood and fully described. In the article it considers approaches to the definition of the term «format», which is relevant for broadcast, presents the classifications of formats of radio stations, highlights signs of format, which allow analyzing radio program.

Key words: format, signs of the format, radio journalism, broadcast.

For citation:

Egoshkina, V.A. (2017), The format of radio stations and signs of the format radio program. *Communication Studies*, No. 2 (12), pp. 61-68. (in Russian)

About the author:

Egoshkina Violetta Alexandrovna, Postgraduate student, teacher of the Department of the Journalism and Media Linguistics

Corresponding author:

Postal address: 55a, Mira pr., Omsk, 644077, Russia

E-mail: v.egoshkina@yandex.ru

Received: April 3, 2017