

## Секция «Журналистика»

### Пять лет вещания "Детского радио": эволюция программной политики

*Мартьянова Елена*

*Соискатель*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет*

*журналистики, Москва, Россия*

*E-mail: elena\_martyanova@list.ru*

1. В конце 2012 года единственная в России нишевая детская радиостанция с размахом (и уже традиционными внеэфирными акциями: елками и дискотеками) отпраздновала свое пятилетие. Сейчас "Дети.FM" можно услышать в 21 крупном городе России, получены лицензии еще на 8 частот, которые сейчас находятся в разработке [5].

2. За пять лет на «Детском радио» трижды сменился программный директор. В связи с этим можно условно выделить три этапа развития станции: а) отработка концепции в эфире (дек. 2007 – дек. 2008) , б) переходный период (январь. 2009 – май 2010) , в) стабильное развитие (сентябрь.2010-февраль.2013). Подробнее о концепции и развитии радио можно прочитать в дипломной работе автора [2].

3. В 2009-м г. установилась жесткая сетка вещания, основные элементы ее структуры – это два трехчасовых интерактивных развлекательно-познавательных шоу. Оставшееся время занято часовыми и получасовыми передачами (как правило, это интерактивный концерт по заявкам, или радиоспектакль). Обновления эфира происходят дважды в год, за счет записных 30-минутных передач, которые производятся по заказу «Детского радио». (Например, «В стране литературных героев», или «Мои друзья гномы»).

4. За последний год в эфире произошли изменения с точки зрения жанровых особенностей. Многие программы (как прямоэфирные, так и записные) тяготеют к жанру радиопостановки. Программная дирекция сейчас предъявляет больше требований к сценариям, чем 2 года назад: «Нам больше не нужны линейные истории, нужны «устные мультфильмы», в которых главное – не тема, а персонаж с уникальным характером, - объясняет программный директор Алексей Зуйченко. [1]

5. Станция была запущена перед началом 2008-го, который был объявлен годом семьи. В данный момент основная задача программ – через развлечение донести до слушателя (ребенка) полезную информацию. Возможно, детскую волну попытаются использовать для запуска патриотических пропагандистских передач, – этого не исключает программный директор; однако он же считает, что любая идеология в эфире «Детского радио» недопустима [1].

6. Создатель концепции «Детского радио» и ее первый программный директор Егор Серов, расположил элементы эфира в сетке, ориентируясь на распорядок дня слушателей разного возраста. Утром эфир рассчитан на дошкольников, потом постепенно «взрослеет», дневное шоу слушают в основном школьники, которые вернулись домой, вечером музыкальный эфир для всей семьи, после 22.00 программы для взрослых. Эта система действует до сих пор, однако эфир был искусственно поделен на 30- и 15-минутные отрезки. Действующая сетка вещания составлена с учетом двух задач: а) оптимизировать затраты (прямоэфирные передачи стоят меньше записных); б) оставить в эфире как можно больше окон для рекламы, с учетом законодательных ограничений [4].

7. «Детское радио» входит в холдинг «Газпром-медиа», одним из спонсоров является Газпром, при этом бюджет станции не индексировался в течение последних лет. Развитие эфира возможно, во многом, благодаря рекламным доходам. Рекламная служба предъявляет требования не только к сетке вещания, но и к содержанию эфира. В частности, часть познавательных рубрик – это завуалированная реклама. За последний год у программной дирекции не раз возникали претензии к содержанию рекламных роликов: к примеру, спор возник по поводу рекламы медицинских средств для лечения венерических заболеваний в детском эфире [1]. В итоге отказаться от этого помогла ссылка на вступивший в силу осенью 2012 года ФЗ «О защите детей от вредной информации» [3].

8. По данным исследований TNS Radio index, количество слушателей (старше 12 лет) «Детского радио» в Москве за 2012 год колебалось в пределах от 245 до 270 тыс. чел [6]. По мнению программного директора, это максимум рейтинга, которого «Детское радио» может достичь в столичном регионе. Задача на 2013 год – удержать эту аудиторию.

### **Литература**

1. 1. Личное интервью с А. Зуйченко от 26.02.2013
2. 2. Мартьянова Е. В. Детское радиовещание постсоветского периода: идеи, смыслы, жанры: дипломное сочинение / Е. В. Мартьянова. – М., 2011. – 100 с.
3. 3. О внесении изменений в Федеральный закон "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" и отдельные законодательные акты Российской Федерации: федер. закон Рос. Федерации от 28 июля 2012 г. N 139: Принят Государственной Думой 11 июля 2012 года: Одобрен Советом Федерации 18 июля 2012 года. // Рос. газ. 28.07.2012
4. 4. О рекламе : федер. закон Рос. Федерации от 13 марта 2006 г. N 38 : принят Государственной Думой 22 февраля 2006 года : одобрен Советом Федерации 3 марта 2006 года. // Рос. газ. 15.03.2006.
5. 5. <http://www.deti.fm/broadcasting/fm/>
6. 6. <http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/radio/index>