

НОСТАЛЬГИЯ – НЕОСВОЕННЫЙ ФОРМАТ В БЕЛОРУССКОМ РАДИОВЕЩАНИИ

А. С. Давыдик

Белорусский государственный университет

Формат «Ретро» для белорусского радиорынка – достаточно молодое явление, в последнее время активно набирающее популярность. В первую очередь это связано с историческим контекстом. С момента появления в стране коммерческого радиовещания, отечественный медиарынок сменил вектор политики в пользу заработка: редакции и творческие группы перестали быть инструментом идеологического воспитания, культурного просвещения и т.д., а стали, в первую очередь, участниками рынка и инструментом заработка. Предметом торга, таким образом, между редакциями и рекламодателями стали не эфирные минуты, а главным образом слушатели – процентное соотношение фактической аудитории конкретной радиостанции, с общим объемом медиарынка.

Именно фактор напряжённой конкуренции и, как следствие, поиск уникального коммерческого предложения для белорусской аудитории, заставил редакции обратиться к формату «*ретро*». На данный момент такой стиль вещания используют только две радиостанции – «Легенды FM» и «Мелодии века». До недавнего времени в нише «*ностальгия*» конкурировало и радио «Unistar», но после пересмотра и изменения музыкального листа из активной ротации убрали хиты 70–80-х; акцент перешел на музыку «90-х и 2000-х» [3], что соответствует формату AC – современная музыка для взрослой аудитории.

Формат «ретро» в настоящее время – необкатанная музыкальная «пластинка», поэтому звучание отечественных радиостанций характеризуется слиянием нескольких музыкально-стилевых направлений, что мешает выработать эффективную стратегию позиционирования и четко наметить план работы музыкального редактора и программного директора. Так, в условно обозначенной нише «ностальгия» выделяют несколько направлений: Classic Rock, Oldies, Gold Hits, Folk, AC (частично). В Беларуси представлены только три «ностальгических» направления: Oldies, Gold Hits, AC.

Формат Oldies – представляет музыку прошлых лет от 60-х до 80-х годов. Целевой аудиторией выступают преимущественно мужчины от 45 лет со средним заработком [5, 7, 10]. Типичные представители: «Мелодии века» (Беларусь), «Ретро ФМ» (Россия), «Радио-ла» (Россия), «Мелодия» (Украина).

Формат Gold Hits – характеризуется различными музыкальными стилями, но с единственным принципом отбора музыки – наиболее выдающиеся хиты поп и рок направлений. Целевой слушатель – мужчина от 40 лет [5, 7, 10]. Типичные представители: «Легенды FM» (Беларусь), «Голос Столицы» (Россия), Gold FM (Литва).

Формат AC – наиболее распространенное направление в работе отечественных и мировых радиостанций. Целевой аудиторией выступают слушатели от 25 лет и старше. Характеризуется наличием в плей-листе узнаваемых и популярных песен, а также современных хитов. В зависимости от направлений повышенное внимание уделяется оригинальным композициям или кавер-версиям (ремиксам). Это не позволяет в полной мере отнести формат к направлению «ностальгия». Типичные представители: Unistar (Беларусь), «Авто-радио» (Украина), RMF FM (Польша).

Учитывая, что в Минске только два формата (Oldies и Gold Hits) напрямую позиционируют себя как «ностальгические», анализ в данной работе будет уделен только двум радиостанциям: «Легенды FM» и «Мелодии века».

Столичная радиостанция «Мелодии века» свою музыкальную базу и программную сетку описывает, как: «музыка лучших воспоминаний, музыка, проверенная временем, музыка популярная как в нашей стране, так и во всем мире. Слушая «Мелодии века» человек с лёгкостью окунется в воспоминания лучших моментов своей жизни» [3]. При этом формат вещания определяется как «Oldies/retro», а главные идеи, которые транслирует радиостанция, сформулированы, как «Первый класс, первая любовь, первый поцелуй...». Названия программ и рубрик в эфире также стилизованы под ушедшую эпоху СССР: «Музыкальны киоск», «Внесите в расписание», «Музыка кино». Исходя из этого, мы видим, что «Мелодии века» активно эксплуатирует нарративы детских воспоминаний и советского периода. Отсылки и сравнения доносятся до слушателя, в основном не напрямую, активное проявление наблюдается в общей стилиза-

ции (джинглы, логеры, отбивки, слоган, логотип, позиционирование, графическое оформление сайта и т.д.), в работе ди-джеев шоу и линейного эфира, ведущих новостей нарративы проявляются ситуационно.

Что касается музыкальной базы, то она представлена довольно широким спектром стилевых направлений от рок композиций до лирических баллад, преимущественно узнаваемых слушателем. Исключение составляют малоизвестные произведения, но исполняемые узнаваемыми артистами [6]. Вероятно, редакция старается привлечь максимальную аудиторию, интересующуюся «ностальгическим» контентом, за счет разнообразия музыкальных направлений.

Структура музыкального часового программирования в первую очередь ориентирована на западные произведения, методика выглядит следующим образом: две иностранные композиции, одна русскоязычная. Стоит отметить, что музыкальное наполнение не имеет жестких рамок, ограниченных форматом Oldies (60–70-80 года), в эфире регулярно встречаются произведения начала 2000-х, среди них: Т.А.Т.У. «Нас не догонят» (2001 год), Hi-Fi «Все В Огонь» (2001 год), Madonna «Hung Up» (2005 год) и другие [6]. Динамика омоложение плей-листа позволяет сделать вывод, что аудитория подобного контента не оторвана от современных реалий и темпа-ритма «большого города», а потому не зациклена на воспоминаниях. С точки зрения коммерческого продвижения, омоложения плей-листа в условиях ограниченной территории вещания (Минск, Минска область) и как следствие ограниченной аудитории, помогает увеличить рейтинг и увереннее привлекать рекламодателей.

Аналогичную картину расширения формата показывает радиостанция «Легенды FM». Музыкальное наполнение на стадии становления, было ограничено композициями определенного временного периода, что отражалось в слогане – «Легендарных хиты 70, 80 и 90-х», в котором использовались узнаваемые исполнители советской и зарубежной сцены, преимущественно по равноправной ротации – 50/50. Однако современное состояние музыкальной базы показывает, что редакция отказалась от советской эстрады, ее представители звучат лишь как вспомогательный элемент [2], создавая исторически-контекстное сближение с аудиторией. Трансформация, как и в случае с «Мелодиями века», как нам кажется, объясняется

повышенной конкуренцией с форматом AC (Unistar), однако в случае с «Легендами» более очевидна на основе смене слогана: «Хиты на сезон, легенды – навсегда».

Что касается программного блока, то современное состояние плей-листа показывает лишь внешнее, атрибутивное и фрагментарное присутствие нарратива детства и «советского периода»: утреннее шоу «Легкое утро», а также названия рубрик «Авто новости», «В мире столько неизвестного», «ВетСервис» и т.д., образованы от содержательного, но не от концептуального (ретро) компонента, что выступает попыткой универсализации формата в соответствии с остальным радиорынком и увеличением аудитории.

Последние отчеты исследовательского центра «ГЕВС» говорят, что радиостанции «ностальгического» формата заняли уверенную нишу, но не могут покататься высокими результатами. Недельный охват радио «Мелодии века» по Минску составляет 14,9%, «Легенды ФМ» имеют около 3% [1, 2]. По сравнению с аналогичными радиостанциями в России и Украине достижения белорусских игроков скромные. Так, радио «Ретро ФМ» является одной из наиболее популярных радиостанций в России и входит в пятерку лидеров медиарынка, в Москве в тройку [8]. Радиостанции «Ретро ФМ Украина» и «Мелодия ФМ» – одни из лидеров рынка в Украине [8]. Это показывает успешность «ностальгических» форматов и их большую перспективу в белорусском медиaprостранстве, однако, указывает на тот факт, что отечественные редакции еще не выработали для себя четкого представления о форматах «Oldies» и «Gold Hits», и находятся в стадии эксперимента.

Библиографические ссылки

1. В «ГЕВС МЕДИА» назвали самые популярные радиостанции в Беларуси по результатам нового исследования / «ГЕВС МЕДИА», marketing.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.by/analitika/v-gevs-media-nazvali-samyie-populyarnye-radiostantsii-v-belarusi-po-rezultatam-novogo-issledovaniya>. – Дата доступа: 18.12.2021.

2. Легенды FM [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://legendy.by/>. – Дата доступа: 11.12.2021.

3. Мелодии века [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://melodiiveka.by/>. – Дата доступа: 11.12.2021.

4. О радио «Unistar» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unistar.by/radio/on-the-radio/>. – Дата доступа: 11.12.2021.

5. Популярные форматы радиостанций на современном рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://umediagroup.com.ua/radio-formats>. – Дата доступа: 18.12.2021.

6. Плей-лист Мелодии Века [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://onlineradiobox.com/by/melodiiveka/playlist>. – Дата доступа: 07.12.2021.

7. Радиовещательные технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.radiostation.ru/music/format.html>. – Дата доступа: 02.12.2021.

8. Ретро FM [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://emg.fm/asset/3>. – Дата доступа: 11.12.2021.

9. Рейтинг радиостанций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.radioreklama.biz/rejtingi-1-volna-kiev-sutochnyj-oxvat/>. – Дата доступа: 07.12.2021.

10. Форматы радиостанций / Guzei.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://guzei.com/radio/journal/article/format.php>. – Дата доступа: 02.12.2021.

КАШТОЎНАСЦЬ КУЛЬТУРЫ Ў КАНТЭКСЦЕ ГІСТОРЫІ

Н. А. Зубчонак

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

Значэнне культуры ў жыцці грамадства і краіны пераацаніць немагчыма. Гэта аснова сацыяльнага і палітычнага развіцця. Менавіта культурны складнік фарміруе асобу, вызначае яе месца ў сацыюме. Страты ў духоўнай сферы дзяржавы заканамерна адбываюцца на іншых аспектах яе жыццядзейнасці.

На розных этапах беларускай гісторыі адносяны да духоўнай спадчыны складваліся па-рознаму. Тым не менш, менавіта праз культуру фарміравалася беларуская народнасць, а потым і нацыянальная дзяржаўнасць. Першыя гістарычныя помнікі (Сафійскі сабор у Полацку (XI ст.), крыж Ефрасінні Полацкай (XII ст.)), імёны беларускіх асветнікаў (Кірыла Тураўскі, Францыск Скарына) сталі