

Влияние процесса медиаконвергенции на развитие мини-рубрик на радио и ТВ

Шульцева Алёна

Процесс медиаконвергенции начал свой активный путь в конце XX - начале XXI века. Продолжается он и по сей день.

Активная интернетизация приводит к слиянию различных видов СМИ, а также сказывается на хронометраже радио и ТВ-программ.



Развитие мини-рубрик на радио

Ни для кого не секрет, что современному человеку мало 24-х часов в сутках. Он стремится успеть все и везде. А желательно заниматься несколькими делами одновременно.

Если еще 30 лет назад люди могли слушать радиопередачи по несколько часов, то сейчас на вкрадчивое прослушивание даже 20-минутного подкаста не всегда есть время. Дополнительно многими радио воспринимается как пережиток прошлого.



Безусловно, у радиовещания есть своя аудитория и она немаленькая - более 35 миллионов ежедневных слушателей по данным Mediascope.

Радио. Регион: Россия 100+ Период: Апрель - Сентябрь 2021	
Название	Reach Dly
Все станции	35,368.3
Business FM	1,670.8
Comedy Radio	2,424.7
DFM	2,907.2
Love Radio	3,428.6
Maximum	1,546.3

Самое популярное радио России - Европа Плюс (9 млн. слушателей ежедневно).



Однако, несмотря на достаточно высокую популярность “уходящего на покой” формата, нужда в привлечении аудитории стоит достаточно остро. НО. Важно не только привлечь, но и удержать аудиторию.

Погоня за слушателем заставляет радиостанции идти в ногу со временем. Одним из таких приемов является создание мини-рубрик внутри радиоэфира.



Радио “Звезда”

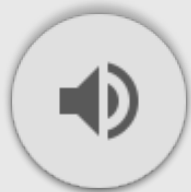
1. Рубрика “8 женщин”, приуроченная к 8 марта. Восемь историй о самых узнаваемых женских образах в искусстве. Хронометраж - до трех минут.
2. Рубрика “9/11”, посвященная 20-й годовщине серии терактов в США. Хронометраж - до трех минут.
3. Рубрика “Была история”, отведенная под рассказы о курьезных случаях и забавных происшествиях. Хронометраж - до минут



Вести FM

Рубрика "Уроки истории", посвященная важным историческим событиям, их предпосылкам и итогам. Хронометраж - 3 минуты.

Выпуск от 12.11.21. "Со средней зарплатой в тысячу рублей в месяц люди готовы пережить свободу цен":



Развитие мини-рубрик на ТВ

Телевидение - несколько более распространенный формат, нежели радиовещание, однако по числовым показателям все же отстает. У всего ТОП-10 ТВ-отрасли среднесуточный показатель зрительского интереса составляет 6,8 миллионов (по данным РИА новости), в то время как у одной Европы Плюс - 9 млн. слушателей.

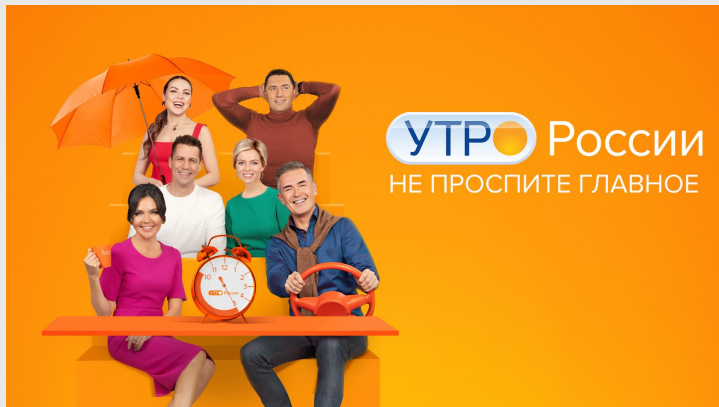


Самый популярный канал среди россиян - Россия-1 (2,6 млн. ежедневных зрителей).

РОССИЯ

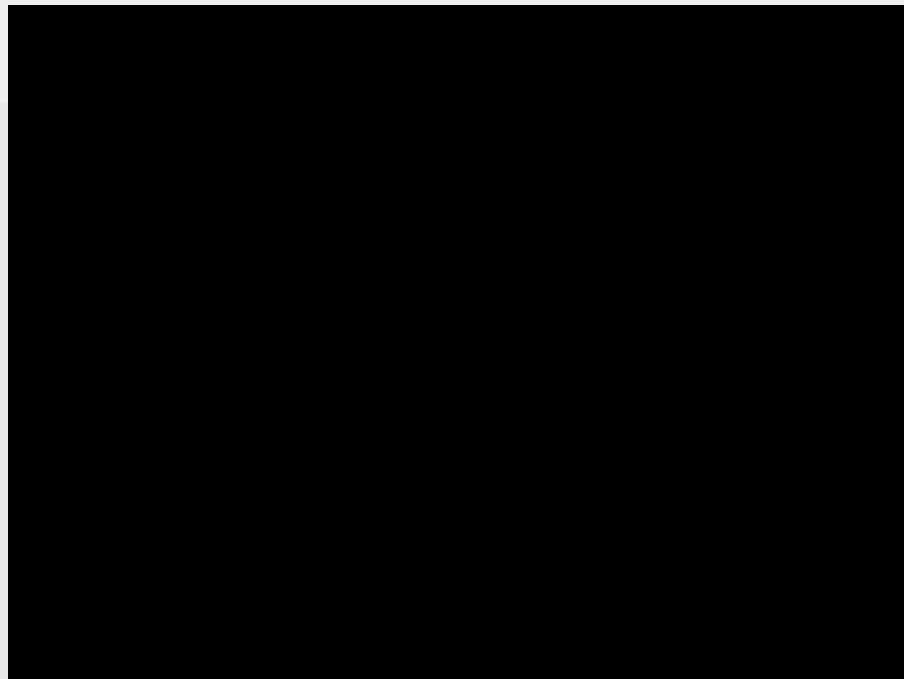
1

Особенно активно на ТВ мини-рубрики распространены в рамках утренних программ, так как подобные программы - универсальные по своему характеру, а поэтому должны соответствовать очень многим интересам своей аудитории.



Доброе утро (Первый канал)

Часто рубрики в рамках этой утренней программы носят безымянный характер. Однако ролики могут делиться на категории (еда, здоровье и т.д.)



Утро России (Россия-1)

В случае детища телеканала “Россия-1” рубрикация в программе имеет место быть. Один из примеров - ежедневная рубрика, посвященная авто.

