

На правах рукописи

Усольцева Яна Владимировна

**УТРЕННЕЕ ШОУ КАК ВИД РАДИОПРОГРАММЫ: ТИПОЛОГИЯ,
СТРУКТУРА, ФУНКЦИИ.**

10 01 10 – журналистика

**Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук**



Краснодар - 2008

Работа выполнена на кафедре электронных СМИ и журналистского мастерства Кубанского государственного университета

Научный руководитель – доктор филологических наук,
доцент Сомова Елена Георгиевна

Официальные оппоненты – доктор филологических наук, профессор
Смирнов Владислав Вячеславович,
кандидат филологических наук
Зуев Валерий Александрович

Ведущая организация – Воронежский государственный
университет

Защита диссертации состоится «17» июня 2008 года в 9 00 на заседании диссертационного совета Д 212 101 01 по филологическим наукам при Кубанском государственном университете по адресу 350040, г Краснодар, ул Ставропольская, 149, ауд 231

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Кубанского государственного университета

Автореферат разослан «17» мая 2008 г

Ученый секретарь

Диссертационного совета



Новоставская Н М

Общая характеристика работы

Сегодня радио начинает играть ключевую роль в развитии независимых СМИ в России. Это связано с такими свойствами радиовещания, как массовость и определенная политическая независимость. Значение радиозэфира особенно заметно в регионах, где радио по ряду причин является более важным источником местной информации, чем телевидение, и призвано служить рупором административных структур.

По мысли исследователей, начинают меняться как формы, так и функции радиовещания. В последнее десятилетие наблюдается четкая тенденция роста развлекательного эфира. Происходит это в связи с активным развитием рыночных отношений и возникновением так называемых «коммерческих» радиостанций, подчинивших содержание эфира интересам массовой аудитории. Доход от работы подобных станций, как известно, зависит от рекламы и спонсорства, объем которых связан с рейтингом станции, обусловленным ее способностью привлечь как реальную (целевую), так и потенциальную аудиторию. Как показывают социологические исследования, рейтинг эфира определяется наличием развлекательной информации, роль которой растет абсолютно во всех средствах массовой информации. Это стало причиной появления на радио такого вида программы как утреннее шоу.

Особенно большое значение утреннее шоу имеет на музыкальном радио, имидж и рейтинг которого зависит от качества наполнения утреннего сегмента радиостанции.

Таким образом, актуальность исследования утреннего шоу на радио определяется явной востребованностью этой формы радиовещания, с одной стороны, а с другой стороны, почти полным отсутствием теоретического осмысления феномена утреннего шоу на радио. Исследование данной программы необходимо, поскольку она предельно широко представлена на

коммерческих радиостанциях Этот вид передачи призван успешно реализовать одну из главных функций радиовещания – «развлечение»

Цель данного диссертационного исследования состоит в том, чтобы выявить типологические особенности утреннего шоу на радио и критерии его успешной деятельности.

Задачи исследования определяются поставленной целью и сводятся к следующему:

- выявить предпосылки возникновения утреннего шоу,
- определить ключевые структурные компоненты рассматриваемой радиопрограммы;
- обозначить основные функции утреннего шоу,
- дать характеристику профессиональных качеств ведущих утреннего шоу,
- рассмотреть специфику аудитории, а также новостного дискурса в исследуемой программе;
- провести сопоставление утренних шоу различных типов,
- выделить критерии эффективности утренних шоу-программ на радио

Объектом исследования является программа, получившая название «утреннее шоу»

Предмет исследования – тематические, содержательные и структурно-композиционные элементы утреннего шоу (как типологические составляющие), а также критерии эффективности функционирования программы на радио

Новизна исследования заключается в следующем:

- впервые предпринята попытка сопоставления утренних его шоу радиостанций федерального и регионального вещания, позволяющее выделить различные виды изучаемой программы,
- выявлены базовые структурные элементы утреннего шоу,
- определена основополагающая роль ведущих утреннего шоу и показатели его успешного функционирования

Хронологические рамки исследования охватывают период с 2005 по 2008 год, что позволяет проследить динамику развития рассматриваемых передач

Методами исследования утреннего шоу как инновационной формы вещания являются классификация, сопоставление, многоступенчатый анализ, наблюдение и описание. Для верификации полученных данных используются статистические методы исследования, в частности фактор- и кластер-анализ.

Методологической базой исследования стали последние достижения в области теории радиожурналистики (см. труды В. В. Смирнова, А. А. Шереля, В. Н. Ружникова, С. Г. Корконосенко, Е. Г. Сомовой, Б. Д. Гаймаковой, И. Н. Тхагушева, Л. Д. Болотовой, Г. С. Мельник, К. Ю. Новикова), а также разработки практиков радиовещания А. В. Бубукина, Д. Н. Губина, А. Аллахвердова, С. Мерцалова, М. Набоковой.

Материалами исследования выступают содержание и структура утренних программ, отобранных с помощью мониторинга радиозэфира с 2005 г. по 2008 г., а также данные анализа текстов региональных и федеральных трансляций радиостанций «Европа Плюс» (102,2FM), «Автордио» (103,2FM), «Радио России» (71,81FM), ГТРК «Кубань» (71,81FM). Кроме того, использовались материалы сайтов радиостанций (www.europaplus.ru, www.avtoradio.ru, www.murzilki.ru, www.radiorus.ru), информационные ресурсы порталов www.brandmedia.ru, www.guzei.com, материалы агентства статистических исследований радиоаудитории «Gallup media». В исследовании был учтен личный 5-летний опыт работы диссертанта в сфере коммерческого радиовещания в качестве редактора и ведущего.

Основные положения работы, выносимые на защиту

1. Зародившись как особая форма вещания в 90-е годы двадцатого столетия, утреннее шоу на радио сформировалось в специфическую информационно насыщенную интерактивную программу, содержащую разнообразные рубрики, объединяемые в эфире ведущими-модераторами,

имеющую в составе информационные элементы, а также учитывающую специфику «утренней» аудитории. Рассматриваемую программу можно охарактеризовать как полижанровую и политемную, выходящую исключительно в прямом эфире. Особую роль в утреннем шоу получает интерактивность.

2. Основной функцией утреннего шоу становится стремление удовлетворять психологические потребности аудитории и соответствовать лимиту ее времени. Выделяется несколько типов радиопрограмм: информационное, развлекательное, смешанное (с позиции соотношения константных элементов), моно-шоу и поли-шоу (по количественному составу ведущих), трехчасовое шоу, более трех часов, менее трех часов (по объему звучания).

3. Утреннее шоу является программой-идентификатором эфира. Наличие данной передачи положительно влияет на рейтинг радиостанции. Предпочтение какого-либо типа утреннего шоу становится показателем приверженности аудитории определенному формату.

4. Критериями успешности регионального утреннего шоу становятся соответствие формату радиостанции, присутствие в эфире регионального компонента, адекватный форматным требованиям идеостиль ведущего, продуктивная интерактивная рубрикация, Интернет-поддержка эфира, наличие новостной, рекламной составляющих и спонсора.

5. Ведущий утреннего шоу является ключевой фигурой, определяющей популярность программы и степень участия аудитории в интерактивной части передачи.

Апробация диссертационного исследования. Основные положения работы изложены в статьях (10 публикаций, в том числе в издании, рецензируемом ВАК – 1 публикация) и докладах научных конференций: международная научно-практическая конференция «Историческое развитие отечественной и зарубежной журналистики в контексте современности» (Ростов, 2006 г.), научно-практическая конференция студентов и аспирантов факультета журналистики КубГУ «Инновационные процессы в СМИ».

«Выражение авторских интенций» (Краснодар, 2006 г), всероссийская конференция «Коммуникация в современном мире» (Воронеж, 2005 г), научно-практическая конференция «Журналистика в 2005 году трансформация моделей СМИ в постсоветском пространстве» (Москва, 2006 г), научно-практическая конференция «Средства массовой информации в современном мире» (Санкт-Петербург, 2007г и 2008 г)

Теоретическая и практическая значимость исследования Работа позволяет обогатить теорию журналистики выявлением нового вида программы – утреннего шоу, описанием его разновидностей, определением критериев эффективности функционирования передачи в эфире Результаты исследования могут быть использованы в практической деятельности федеральных и региональных радиостанций различных форматов, а также в преподавательской деятельности при изучении дисциплин по специальности «Радиожурналистика» Практическое применение полученных данных возможно в аналитических медиаисследованиях

Структура работы Работа состоит из Введения, трех глав, заключения, Библиографического списка и Приложения

Содержание работы

Во **Введении** дано обоснование актуальности, научной новизны диссертации, определяются цели и формулируются задачи исследования, рассматривается его теоретическая и практическая значимость.

В первой главе «Утреннее шоу в формате радиостанции» изучаются предпосылки возникновения утреннего шоу, описываются его структурные характеристики Отмечено, что в 90-е годы двадцатого века зародилось коммерческое радиовещание, вынужденное следовать за вкусами и потребностями слушателя для повышения своего рейтинга В результате приоритетная цель информирования слушателей уступает место функции развлечения Именно в это время на российском радио зарождается и

утверждается новая форма программы - **утреннее шоу**. Термин «шоу» (разговор-представление), парадоксальный для радио, был заимствован радиожурналистами от теоретиков телевидения и прочно вошел в их профессиональный обиход. Сложившаяся как особый тип вещания новая программа имеет свою стилистику, структуру и выполняет важные функции в эфире. Общим и неизменным показателем утреннего шоу является его интерактивность. Специфика данной программы определяется форматом радиостанции, а также особенностями утреннего восприятия информации. Прослеживается зависимость структуры программы от возраста потенциальной аудитории и ее потребностей. Изучение трансляций утреннего эфира позволяет определить данное шоу как интерактивную программу-идентификатор эфира, состоящую из определенного количества константных и переменных, но всегда взаимосвязанных между собой элементов. Их количество и качество преимущественно зависят от типа шоу, а также от профессионализма и творческих способностей людей, работающих над его созданием. Отличительными чертами утреннего шоу по сравнению с другими радиопрограммами являются время выхода программы, медиапланирование эфирного часа с учетом особенностей восприятия слушателями данной программы, интерактивность, а также ролевое поведение ведущих, определяемое зависимостью от специфики аудитории. Сопоставление передач, относящихся к исследуемой вещательной форме, позволяет выявить типологические особенности программы. Утреннее шоу является программой, которая выходит в утренние часы. Его средний хронометраж составляет 3-4 часа. В успешном утреннем шоу содержание программы неизменно соответствует типовому распорядку дня потенциальной аудитории. Ведущие для контакта со слушателями должны обладать приемами психологической подстройки. Их основной задачей становится создание из предоставленных композиционно-структурных элементов интерактивной развлекательной программы. В композиционную структуру типового утреннего шоу как обязательные

входят следующие элементы новости (общественно – политические и тематические), прогноз погоды, интерактивные игры, разнообразные рубрики развлекательного и познавательного характера. К каждому из этих элементов предъявляется требование подчиняться специфике восприятия «утренней» аудитории. Утреннее шоу сохраняет постоянную структуру, то есть из часа в час определенные компоненты повторяются в заданное однажды время. Утреннее шоу полифункционально, но его главной задачей является развлечение. На реализацию данной функции направлены все составляющие программы. Особая роль отводится при этом интерактивности, создающей обратную связь с аудиторией, что позволяет слушателю лично принимать участие в ходе программы, быть героем какой-либо игры, демонстрировать свои способности и получать призы от радиостанции.

Композиционно утреннее шоу строится по принципу «зачин, развитие, кульминация и развязка», повтор этого ряда обнаруживается каждый час. С позиций соотношения константных элементов внутри программы можно выделить три группы шоу: *информационные, развлекательные и смешанные*. Учитывая количественный состав ведущих программы в работе рассматриваются *поли-шоу*, в которых модераторами выступают два и более ведущих и *моно-шоу*, в которых функционирует один человек. Возможны и другие классификации рассматриваемой программы. Например, по объему звучания: *трехчасовое шоу, программа, идущая более трех часов и менее трех часов*.

Ведущий программы становится модератором утреннего эфира. Имидж ар-джея всегда отражает форматные требования радиостанции. В утреннем шоу могут работать два и даже три коммуникатора, но, как показывает опыт, всегда необходимо их четкое взаимодействие. Замечено, что наличие в программе двух и более ведущих сильнее воздействует на слушателя, способствует созданию в эфире атмосферы необходимой утренней бодрости, помогает в наибольшей степени отразить характерные черты утреннего шоу как вида программы.

Некоторые ведущие утренних программ, длительно работающие в эфире, становятся известны. Это объясняется не только регулярностью их выступлений в эфире, так как не все артисты приобретают одинаковую популярность. Важную роль в процессе создания положительного имиджа ведущего играет верно избранная манера поведения и общения с аудиторией. Работа на коммерческой радиостанции предъявляет дополнительные требования к ведущим: аудитория предпочитает журналистов, которых отличают темперамент, энергичность, остроумие, умение вставлять в канву сюжета передачи уместные реплики и поддерживать бодрое настроение слушателей. Последнее особо значимо для вещания в утреннем шоу. В соответствии с классификацией Г. С. Мельник, в утренних шоу отмечены следующие типы ведущих: ведущий-информатор, ведущий-собеседник и ведущий-наставник. Особые требования предъявляются к речевому имиджу в прямом эфире. Утром нежелательна вялость и расслабленность. Существенными качествами ведущего утреннего шоу являются гибкость, мобильность, умение жить интересами слушателей. Перед ведущим утреннего шоу стоит задача с самого начала программы создавать и поддерживать хорошее настроение аудитории, сохранять стиль и ритм передачи несколько часов подряд. Опытный ведущий владеет психологическими навыками выхода из критической ситуации и «чувством времени». Хорошая дикция и отсутствие явных дефектов речи являются обязательными для работы в эфире. С нашей точки зрения, вопрос о том, насколько необходимо ведущему утреннего шоу использовать региональную информацию для создания «местного» колорита, спорен. Интересная программа, общение со слушателями в эфире, которое заставляет их смеяться, приятная музыка являются вполне достаточными условиями для хорошей передачи.

В работе рассмотрены функции информационной составляющей утреннего шоу, которая является константным элементом программы. Однако трансляция новостей в программе имеет свою специфику, которая,

прежде всего, отражает тенденцию современных информационных выпусков к интимизации передачи информации и инфортейменту. Поскольку избыток официальных сообщений отпугивает современную аудиторию, в эфире информационных и информационно-музыкальных радиостанций часто появляются новости развлекательного характера. Выпуск имеет свое «фирменное» звуковое оформление заставку и музыкальные «разбивки». По характеру материала, его объему, тематике, охвату событий, значимости, оперативности выпуски новостей принято делить на *общие, тематические, специальные и экстренные*. Для утреннего шоу наиболее приемлемы общие новости. Они содержат самую разнообразную информацию. Их целью является стремление передать движущуюся панораму событий. В утренних шоу коммерческих радиостанций первый блок новостей обычно представляет оперативные, но не «тяжелые» новости, комментарии отсутствуют, передаются только сухие факты. Второй блок структурируют «новости одной строкой» – краткое динамичное перечисление самых «горячих» последних событий. Все чаще отмечается предпочтение тематических новостей (спорта, шоу-бизнеса, кино). На государственных радиостанциях, вещание которых, как правило, имеет информационный характер, утренняя программа в эфире демонстрирует насыщенность информацией. Так, хронометраж блока новостей в начале часа составляет не менее 6 минут, а само шоу содержит большое количество познавательных рубрик.

Важным элементом программы становится реклама. В утренних шоу коммерческих радиостанций «Автордио» и «Европа Плюс» отмечено наличие трех рекламных блоков, два из которых имеют региональную принадлежность, один – федеральную. Такой вид рекламы, как спонсорство, также используется в утренних шоу указанных станций, однако фактор его постоянства отсутствует, поскольку наблюдения позволяют зафиксировать время (от недели до нескольких месяцев), когда в утреннем эфире спонсорство не заявляется. Программы коммерческих станций имеют

большую рекламную наполненность, нежели шоу в эфире государственных радиостанций. Нами обнаружено наличие спонсора лишь у рубрики «Погода» на «Радио России». Однако на коммерческих радиостанциях различные формы спонсорства являются весьма популярными. Спонсироваться может вся программа или отдельные рубрики. В спонсорский пакет обычно включаются так называемые упоминания компании-заказчика данного вида рекламы, ролик в начале или в конце программы, а также анонсирование шоу с упоминанием спонсора. Как показывают опросы, гармонично введенные в программу упоминания о спонсоре не вызывают раздражения у слушателя. Таким образом, реклама, став удачным элементом утреннего шоу, увеличивает возможности радиостанции профессионально организовать финансовую поддержку передаче, с одной стороны, и повышает информативность вещания, с другой.

Во второй главе «Основные элементы утреннего шоу в структуре эфира радиостанций различного формата» с опорой на статистические методы и сопоставление структур программ на радио разных форматов рассматриваются типологические характеристики утреннего шоу. Для полноты исследования утреннего шоу возникает необходимость определения тех композиционных звеньев, которые позволяют программе функционировать с максимальной продуктивностью и делают радиостанцию рейтинговой. С целью наиболее корректного сопоставления утренних шоу на выбранных радиостанциях привлечены статистические методы фактор-анализа и кластер-анализа. Отбор данных для проведения фактор- и кластер-анализа осуществлялся на основе детального изучения структуры представленных в эфире девяти утренних шоу («Радио Ретро», «Русское радио», «Радио России», ГТРК «Кубань», «Европа Плюс», «Первое радио», «Наше радио», «Авторadio», «Рокс-регион»), из которых для описания были отобраны четыре наиболее репрезентативные программы утреннее шоу «То еще утро!» на радиостанции «Европа Плюс», «Операция Утро!» на радиостанции «Авторadio», «Взлетная полоса» на «Радио России» и «Доброе утро, Кубань!» на ГТРК «Кубань». Именно

эти радиостанции максимально контрастируют по своей целевой аудитории, рейтингу и предельно наглядно представляют утренние шоу различных типов

По итогам проведенного исследования мы имеем возможность определить, как функционируют основные элементы, маркирующие шоу, и выявить принадлежность рассматриваемых программ к тому или иному типу. Так, шоу на радиостанции "Европа Плюс" "То еще утро" является *развлекательным поли-шоу*, в котором работает команда из трех ведущих. Его структурно и жанрово-тематические особенности могут быть рассмотрены как определяющие для передач данного вида утреннего шоу.

Информационный элемент в программе представлен минимально в качестве новостного блока в начале часа продолжительностью 3 мин 30 сек. и короткого блока развлекательных новостей в середине часа. Выступления ведущих не содержат каких-либо серьезных информационных элементов, а характеризуются лишь развлекательным наполнением, юмористическими диалогами. Принадлежность указанного утреннего шоу к *развлекательному типу* представляется оправданной для формата радиостанции, вещающей на молодую аудиторию с динамичным образом жизни и высокой потребностью в релаксации.

Утренняя программа радиостанции "Авторадио" представляет типичное *смешанное поли-шоу*. Этот вид шоу маркирует наличие трех ведущих, а также достаточно пропорциональное соотношение развлекательного и информационного элементов - примерно 60% к 40%. Это подтверждает присутствие в рамках программы значительного количества рубрик, содержащих полезную информацию, новостных блоков в начале каждого часа, а также информационно-содержательных выступлений ведущих. В различных игровых интерактивных рубриках и музыкальной составляющей передачи активно реализуется функция развлечения. Выбор названного вида утреннего шоу в значительной степени определяется форматом "Авторадио", аудитория которого отличается от слушателей радио "Европа Плюс" большим количеством солидных слушателей - от 45 лет и

старше Аудитория, выбирая подобную станцию, ожидает развлечения (непрерывного наличия музыкальной составляющей), но при этом, в силу возраста и жизненного опыта, готова воспринимать полезную информацию и нуждается в ней

Утреннее шоу "Взлетная полоса" на "Радио России" представляет тип *информационного поли-шоу* В таком шоу предпочтительно присутствие двух ведущих Его музыкальная составляющая имеет вспомогательный характер, поскольку является второстепенным элементом (выполняет функцию заполнения оставшегося времени в конце программы) В шоу фиксируется наличие большого количества рубрик, содержащих разнообразную информацию Стоит отметить, что функция развлечения в данном случае реализуется не за счет игр и розыгрышей, а при помощи увлекательных дискуссий, обсуждения актуальных тем в информационно насыщенных рубриках, затрагивающих разнообразные сферы деятельности и интересы слушателя Этот тип шоу наиболее продуктивен в эфире радиостанций, целевая аудитория которых настроена слушать длительные устные монологические выступления, несущие познавательную информацию

"Доброе утро, Кубань" на радио "Кубань" в нашей классификации обозначено как *информационное моно-шоу* В программах, относящихся к этому типу, работает один ведущий, их основной элемент составляют новости, представленные в устных сообщениях ведущего или репортажах корреспондентов, присутствует малое число информационных рубрик различного содержания одна-две рубрики в одном выпуске программы Игровой элемент не представлен, но обнаруживается наличие музыкальной составляющей Информационный тип шоу "Доброе утро, Кубань" также является отражением форматных требований данной радиостанции, поскольку целевая аудитория у радио "Кубань" и "Радио России" одна и та же Однако моно-шоу как тип программы сегодня представляется неактуальным, поскольку не обеспечивает такой степени эффективного воздействия на слушателей, как поли-шоу Кроме того, моно-шоу не

выполняет важную для утреннего шоу развлекательной функции, поскольку его рубрики лишены полезной для слушателей информации

Сопоставление работы радиостанций позволяет подтвердить наличие конкретных типологических особенностей утреннего шоу, указанных в первой главе и дополнить выявленные характеристики комментарием.

Типичным для утреннего шоу любого вида становится

1 *Использование музыкальной составляющей* в той или иной степени
Данный элемент, как представляется, находится в зависимости от формата радиостанции. Например, "Европа Плюс" является музыкально-информационной радиостанцией, которая демонстрирует соотношение музыки к информации как 70% к 30%. Соответственно, количество музыкальных композиций в утреннем шоу данной станции также будет достаточно велико. Однако распределение музыкального материала в сетке одного часа шоу будет иным, нежели в плей-листе линейного эфира, поскольку в утренней программе существует множество прочих элементов (рубрики, игры, новости и т.п.). Кроме того, утреннее шоу предусматривает частое появление ведущих в эфире. Это типично для программы на «Авторadio», где музыкальная составляющая представлена столь же активно, как и на радио «Европа Плюс».

На «Радио России» в рамках утреннего шоу музыкальная составляющая минимизирована в соответствии с возрастными и интеллектуальными особенностями его целевой аудитории. Однако утренняя программа «Доброе утро, Кубань», которая вещает для той же целевой группы воздействия, в отличие от «Взлетной полосы» содержит большее количество музыкальных композиций. Очевидно, таким образом создатели программы на радио «Кубань» стремятся привнести элемент развлечения и «разбавить» поток информации, не прекращающийся в течение всего часа программы. Однако нарушение форматных требований сводит стремления авторов быть интересными для слушателей к минимуму.

2 *Обязательная рубрикация программы* Так, в одном выпуске утреннего шоу на «Радио России» 10 рубрик, на «Авторadio» - 11, на радио «Европа Плюс» – 10, на радио «Кубань» - 1-2 Тип рубрикации становится видовым показателем утреннего шоу

3. *Наличие команды из двух или трех ведущих*, что позволяет создавать особые имиджи, поддерживать динамику программы, формировать доброжелательную атмосферу в эфире, удерживая прежних и привлекая новых слушателей Так, в утреннем шоу на радиостанциях «Европа Плюс» и «Авторadio» работает коллектив из трех ведущих, на «Радио России» отмечено наличие двух модераторов эфира В программе ГТРК «Кубань», где появляется только один ведущий, творческая бригада представлена ежедневной сменой коммуникаторов в эфире Последнее, хотя и оправдано информационным характером передачи, является нетипичным для шоу-программы и снижает ее воздействие на слушателей

4 *Непременная интерактивность эфира* Обсуждение актуальных тем, активное участие аудитории в играх в прямом эфире отмечено в рамках трех из четырех рассматриваемых программ, что позволяет назвать *интерактивность* одним из типологических признаков утреннего шоу. Указанный элемент отсутствует лишь в программе ГТРК «Кубань», которая, как видно, во многом отличается от других рассматриваемых шоу, сохраняя при этом возможность называться утренней программой по причине присутствия в ней некоторых характерных признаков, в том числе, *времени выхода в эфир* Все рассматриваемые шоу выходят в утренние часы «Европа Плюс» - 7 00 – 10 00, «Авторadio» - 7 00 - 11 00, «Радио России» - 8 00 - - 11 00, ГТРК «Кубань» - 10 00 - 11 00

5 *Присутствие информационной и рекламной составляющей* отмечено в утренних шоу четырех рассматриваемых станций Новости и рекламные блоки имеют место ежечасно, при этом отличается их хронометраж На «Радио России» и ГТРК «Кубань» информационные компоненты

представлены в большем объеме нежели рекламные, обратная ситуация зафиксирована в эфире шоу на станциях «Европа Плюс» и «Авторадио»

6 *Соблюдение постоянного типа верстки каждого часа программ*
Анализ позволяет подтвердить предположение о сохранении *единой структуры* каждого часа утреннего шоу Программы радиостанций «Европа Плюс, «Авторадио» и «Радио России» наглядно демонстрируют это ежечасно в одно время в эфир выходят новости, реклама, различные рубрики, отличающиеся разнообразным наполнением

7 Присутствие *гостя* в эфире утреннего шоу также отмечено как типологический признак «Европа Плюс», «Авторадио» и ГТРК «Кубань», как правило, вступают в контакт с какой-либо известной или компетентной в определенных вопросах личностью с помощью телефона, «Радио России» представляет в качестве гостя второго ведущего, который меняется с определенной периодичностью

Сопоставление утренних шоу различных радиостанций позволяет выделить четыре типа шоу развлекательное поли-шоу, утреннее поли-шоу смешанного типа, утреннее поли-шоу информационного типа и информационное моно-шоу Последнее рассматривается как наименее продуктивный вид передачи развлекательной информации

Поли-шоу развлекательного типа отличает достаточный объем вещания (до 4 часов), изобилие интерактивных игровых рубрик, наличие многофункциональной бригады ведущих, один из которых играет доминирующую роль, наличие предельно суженной и рекреативной информационной составляющей, ротация музыкального наполнения эфира Реклама активно представлена

Поли-шоу смешанного типа отличает достаточно большой хронометраж, позволяющий повторяться его основным компонентам Разговорные элементы развлекательные информационные рубрики, «легкие» новости», игры, полезная информация, пародии - являются неизменными и превалирующими в его структуре. Музыкальное наполнение утреннего шоу выделяется своим разнообразием (изобилием пародий, «промо» и обычных

музыкальных композиций), хотя и подчиняется форматным требованиям. Утреннее шоу имеет активную Интернет-поддержку. В эфире работает креативная бригада ведущих, выделяющаяся своим идеостилем. Всегда присутствует рекламный блок и самореклама.

Утреннее шоу информационного типа предполагает несколько меньший, чем в предыдущих, объем федерального звучания, поскольку нередко выделяет время региональному вещанию. Ведущим элементом в нем является информационная составляющая, всегда обнаруживается анонсирование эфира. Рубрики отличаются достаточно большим объемом и монотемностью (за два часа ведущие шоу успевают обсудить с аудиторией не более двух тем). Информационные компоненты всегда имеют постоянных авторов, но не из числа основных ведущих, которых не бывает больше двух. Последние чаще всего выполняют модераторскую функцию. Музыкальная и Интернет-поддержка представлены в минимальном объеме. Реклама присутствует.

Информационное моно-шоу обычно обнаруживается в эфире так называемых сетевых партнеров крупных федеральных радиостанций, поэтому функция информирования преобладает над стремлением развлекать. Стиль программы отличается строгостью, в эфире работает профессиональный диктор. Объем звучания невелик (обычно 1 час), количество рубрик крайне ограничено. Чаще обнаруживаются жанровые вариации одной темы: репортаж с места события, репортаж по телефону, прямое включение. Музыкальная и рекламная составляющие сведены к минимуму.

Третья глава «Утреннее шоу как фактор повышения рейтинга радиостанции» обращена к выявлению способов оптимизации воздействия утреннего шоу на аудиторию. В ней исследуются особенности коммуникации в рассматриваемой программе. Утреннее шоу определяется как программа-идентификатор. Предпочтение того или иного типа утреннего шоу становится показателем приверженности аудитории к определенному

формату На мотивацию к восприятию передачи утреннего эфира в сильной степени влияет ее обусловленность «рваным» характером прослушивания Ее уникальность заключается в динамических изменениях в предельно короткие сроки Перед радио-шоуменами стоит сложная задача сочетать интересы только что проснувшихся слушателей и тех, кто уже находится в пути на работу, поэтому ставшее в последнее время аксиоматичным требование учета потребностей и лимита времени аудитории в аспекте утреннего шоу требует корректировки С нашей точки зрения, продуктивность утреннего шоу в большей степени определяется его способностью удовлетворять определенные психологические потребности аудитории, выполняя следующие функции наблюдения за внешней средой, или информативную, связывания воедино фрагментов внешней среды, или модераторскую, передачи социальных норм и установлений, развлечения, редукции тревоги, парасоциального взаимодействия.

Ведущий рассматривается как важный фактор эффективности утреннего шоу Мы не разделяем точку зрения исследователей, утверждающих, что коммуникатор является не столько мотивом к слушанию радио, сколько неизбежностью, которая принимается с симпатией или антипатией В работе обосновывается ключевая роль ведущего в утреннем шоу Обнаружено, что «промахи» ар-джея могут крайне отрицательно повлиять на рейтинг утреннего шоу Понимание своей неразрывной связи со слушателем и умение поддержать его в радиодialoge является неизменным критерием профессиональной работы журналистов и приводит к успеху. Особая контактоустанавливающая роль принадлежит просодике, включающей в себя темп, ритм, паузировку, тембр, мелодику Аудитория радио увеличивается, когда ведущие хорошо контактируют со слушателем, интересуются его жизнью Профессионализм ведущих проявляется в уважении вкусов аудитории Успешные ведущие утреннего шоу формируют, возможно, искусственно создают, самобытные имиджи в эфире, что требует от них хороших актерских навыков Максимально важной является

способность ведущих создать из предоставленных авторских компонентов программы цельный радиопродукт, качественное утреннее шоу Главная составляющая успешного шоу обнаруживается в поведенческих и личностных характеристиках ведущих В работе выявлены критерии, необходимые для успешной работы ведущих наличие команды из двух или трех человек, ролевое поведение, выдвижение лидера, соответствие имиджа ведущих формату станции.

Интерактивность утреннего шоу становится ключевым моментом в работе ведущих и имеет свою специфику Интерактивными являются и методы исследования аудитории, результат которых способствует улучшению качества программ Среди них выделяются телефонные опросы, метод фокус-групп, аудиториум - тест (тестирование того или иного радиоматериала на большой аудитории), различного рода электронные исследования Интерактивность, реализуемая в прямом эфире, подразумевает разные способы обратной связи радиостанции с аудиторией С их помощью слушатель имеет возможность непосредственного участия в утреннем шоу и влияния на ход программы К новым типам интерактивности можно отнести компьютерную связь, использование пейджера и текстовых телефонных сообщений (SMS) Интерактивность реализуется в различных игровых рубриках программы и в возможности диалога аудитории и ведущих на ту или иную тему Можно предположить, что интерактивность способствует реализации наиболее важных функций рассматриваемой программы – развлечения и информирования, что помогает структурировать шоу

Рекреативная составляющая в новостях и репортажах на радио присутствует в различной степени в зависимости от формы вещания радиостанции и ее формата, но ее наличие увеличивает интерес аудитории к программе Существующие правила редактирования информационных радиосообщений призывают делать их как можно более лаконичными, простыми для восприятия Особенно этого стремятся придерживаться работники коммерческих станций, в эфире которых наблюдается приоритет

тематических, развлекательных новостей (информация о моде, шоу-бизнесе, автомобилях), отвечающих потребностям аудитории. Помня об одной из своих главных функций информирования, радиостанции стремятся давать слушателю важную информацию, при этом, обрабатывая и подавая ее таким образом, чтобы она была максимально удобна для восприятия. В утренних программах государственных радиостанций также можно отметить желание информировать, развлекая, однако несколько другими способами. Как представляется, увлекательность новостей на государственном радио придает разнообразие информации и форма ее подачи

В главе рассмотрено влияние развлекательных рубрик на сознание радиослушателей, при этом рубрикация вычленяется как важный элемент утреннего шоу, усиливающий его привлекательность для аудитории. Благодаря игровым рубрикам, создается приобщение слушателя к непосредственному участию в эфире, появляется возможность проверить свои знания, испытать свою эрудицию, реакцию, продемонстрировать остроумие. Развлекательные рубрики могут, не будучи интерактивными, стать источниками увлекательной, позитивной информации, что также способствуют достижению основных целей утреннего шоу – развлечения и информирования.

В работе изучено воздействие рекламной составляющей на эффективность утреннего шоу. Успешность шоу радиостанции в большой степени определяет ее рейтинг в структуре радиорынка. А сам рейтинг в значительной мере обуславливает интерес рекламодателей. В связи с этим наличие у радиошоу спонсора неизменно сигнализирует о ее успешном функционировании. Немаловажным видится то, что спонсор шоу должен быть интересен и полезен аудитории конкретной станции. Наблюдения показывают, что шоу на коммерческих радиостанциях отличаются от подобных программ на государственных несколько большим количеством рекламных сообщений, что обусловлено спецификой финансирования

станций, особенностью, выражающейся в том, что ее доход напрямую зависит от рекламы

На основе рейтингов и динамики прироста аудитории выявлено, что среди рассматриваемых программ на первом месте стоит утреннее шоу на «Авторadio», что подтверждает наличие у данной передачи необходимых критериев эффективной работы. Среди них соответствие формату радиостанции, самобытное звуковое оформление, удачный выбор тем, наличие регионального компонента, активная Интернет-поддержка, обусловленная форматом степень привлечения музыкальной составляющей, контроль аудитории, анонсирование рубрик, работа нескольких самобытных ведущих, их принадлежность к разным возрастам, многофункциональность, ролевое поведение, также важным видится наличие интерактивности и умеренное присутствие рекламного компонента.

Основное содержание диссертации отражено в следующих публикациях:

- 1 *Усольцева Я.В. Утреннее шоу на региональном радио/ Я В Усольцева// региональный научный журнал «Культурная жизнь Юга России», вып 2 (21), Краснодар – 2007, с 71-73
2. Усольцева Я В Маркеры удачного утреннего шоу на региональном радио/ Я В Усольцева// Коммуникация в современном мире материалы всероссийской конференции, Воронеж – 2005, с 164
- 3 Усольцева Я В Рекламная составляющая утреннего радишоу/ Я В Усольцева// Инновационные процессы в СМИ выражение авторских интенций. Сборник научных трудов – Краснодар издательство Атриум, 2006. – с 78-83
- 4 Усольцева Я В. Специфика работы ведущего утреннего шоу на радио/ Я.В Усольцева// Журналистика в 2005 году трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве материалы научно-практической конференции, Москва – 2006, с 421-422

- 5 Усольцева Я В Реклама в утреннем шоу на региональном радио/ Я В Усольцева // Акценты, Вып 1-2 (57-58), Воронеж – 2006, с 82-85
- 6 Усольцева Я В Возникновение и развитие регионального утреннего шоу/ Я В Усольцева// Историческое развитие отечественной и зарубежной журналистики в контексте современности материалы международной научно-практической конференции, Ростов-на-Дону – 2006, с 193-196
- 7 Усольцева Я В Типологические особенности утреннего шоу на радио/ Я В Усольцева// Вестник студенческого научного общества, вып 9, Краснодар издательство Кубанского государственного университета - 2007, с 165
- 8 Усольцева Я В Новости в утреннем эфире музыкальной радиостанции/ Я В Усольцева// Акценты, Вып 1-2 (64-65), Воронеж – 2007, с 102
- 9 Усольцева Я В Проблема ролевого поведения ведущих утреннего радишоу (на примере радиостанции «Европа Плюс») / Я В Усольцева// Средства массовой информации в современном мире тезисы научно-практической конференции, СПб – 2007, с 215
- 10 Усольцева Я В Проблема рекреативной составляющей в новостных и репортажных блоках в рамках утреннего шоу на радио/ Я В Усольцева// Средства массовой информации в современном мире тезисы научно-практической конференции, СПб – 2008, с 283

