

**Актуальные проблемы современного литературно-драматического
радиовещания**

Шевелёва Елена Александровна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: E.shevelyova@gmail.com

Интерес к радиопередачам, относящимся к художественному направлению радиовещания, сейчас невелик. Согласно последнему исследованию «Radio Index», посвященному изучению и анализу характеристик и предпочтений аудитории радио, наибольшей популярностью у москвичей пользуются музыкальные и разговорные радиостанции. В пятерку лидеров по итогам ноября 2014 - января 2015 вошли «Авторadio», «Русское Радио», «Ретро FM», «Эхо Москвы» и «Радио Шансон». Радиостанция, представляющее внимание аудитории художественные радиoprogramмы, занимают нижние строчки рейтинга: «Радио России» оказалось на четырнадцатом месте, «Детское радио» - на двадцать девятом, а «Радио России. Культура» - лишь на тридцать шестом из тридцати восьми.

Вместе с тем, аудиокниги - современный аналог литературных чтений - становятся все популярнее. Так, обозреватель рынка аудиокниг, редактор блога Good eReader Майкл Козловски, в одной из недавних статей отмечает : в 2007 году ведущими мировыми издательствами было выпущено 3073 наименования аудиокниг, к 2011 году этот показатель возрос до 12000, а к 2014 - превысил 35000. Он также подчеркивает, что только за первые 8 месяцев прошлого года рост продаж аудиокниг составил 28%, в то время как у электронных изданий аналогичный показатель за этот период - лишь 6%.

Таким образом, несмотря на то, что интерес к жанрам и формам литературно-драматического направления радиовещания, только растет, художественные программы современный житель мегаполиса предпочитает слушать не на коротких и длинных волнах. Радио он воспринимает как источник информации, а не духовной пищи.

Стандартный шаг информационно-разговорной радиостанции - 30 минут. За это время человек, как правило, может узнать последние новости, услышать мнения экспертов по наиболее актуальным проблемам, получить несколько советов, полезных в быту. От программ с большим хронометражом современный радиослушатель отвык. Это подтверждают данные исследования TNS Russia: средняя продолжительность прослушивания радио одним человеком - больше 240 минут в сутки, но за этот период он успевает несколько раз сменить волну. Стандартная длительность радиоспектакля или литературного чтения - больше часа. Можно сделать вывод: чтобы художественные программы были актуальны, их хронометраж необходимо сокращать. А значит нужно искать новые жанры и формы.

Удачным результатом такого поиска можно назвать цикл радиоспектаклей на «Радио России», посвященных семисотлетию со дня рождения Сергия Радонежского.

Цикл программ «Сергий Радонежский» создан в форме миниатюрных радиоспектаклей. Время звучания каждого - 10 минут. Ключевая роль отводится ведущему - известному историку, кандидату богословия, профессору, заведующего Кафедрой церковной истории Московской Духовной Алексее Светозарскому. Его рассказ - это связующая нить между драматическими сценами, иллюстрирующими жизненные вехи преподобного Сергия. Таковую форму можно назвать «радиолекциями». Для постановки сцен были приглашены артисты московских театров. Обрамляет программу музыка, специально написанная для каждой конкретной программы композитором Александром Мясниковым. Постановочная

группа - профессиональные сценаристы и радиорежиссеры. Таким образом, с уверенностью можно сказать: художественная ценность этих программ очень высока. Авторам передачи удалось не только рассказать слушателям о жизни преподобного Сергия, но и найти форму, которая была бы актуальна в контексте нынешней парадигмы развития радиовещания.

Единственное, о чем не подумали авторы цикла, - о необходимости наладить обратную связь со слушателем. Эта проблема - одна из наиболее острых для радиостанций, представляющих художественный контент. Отчасти из-за отсутствия интерактивности, которая так привлекает слушателей в программах информационно-разговорных радиостанций, рейтинги радиостанций, тяготеющих к литературно-драматическому направлению, невелики. Для популяризации художественных радиопрограмм важно создавать группы в социальных сетях, где слушатели могли бы делиться своими впечатлениями, а также участвовать в викторинах и голосованиях.

Источники и литература

- 1) Результаты исследования TNS Russia: http://propel.ru/rejting/r_radio.php
- 2) Марченко Т. М. Радиотеатр. Страницы истории и М., 1970
- 3) Верник Э.Г. Мой радиотеатр. М., 2010
- 4) Ефимова Н.Н. Культура работы со звуком в эфире: Учебное пособие. М, 2003
- 5) Современное радиовещание в оценках журналистов и исследователей. Сборник материалов заседаний круглых столов в рамках конференции «Журналистика» (2004-2011)/ Под ред. Болотовой Л.Д. М., 2011
- 6) Фрумкин Г.М. Школа начинающего сценариста: Учебное издание. М., 1997
- 7) Блог Майкла Козловски: <http://goodereader.com/blog/author/michael-kozlowski>