

ИЛЬИНЫХ Д. Г.
Курганский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ НА РЕГИОНАЛЬНОЙ РАДИОСТАНЦИИ

Аннотация. В последние годы рекламные доходы радиостанций снижаются. Анализ рекламной коммуникации на радиостанции «За облаками» показал, что усугубляющими эту тенденцию проблемами являются недостаточное развитие онлайн-возможностей для размещения рекламы и игнорирование трендов отрасли (выпуск подкастов, интеграция в соцсети). Объект исследования – радио как канал рекламной коммуникации, предмет – элементы рекламной коммуникации на региональной курганской радиостанции «За облаками», метод – контент-анализ.

Ключевые слова: реклама, коммуникация, радио, рекламный ролик.

IL'INYKH D. G.
Kurgan State University

FEATURES OF MODERN ADVERTISING COMMUNICATION ON A REGIONAL RADIO STATION

Abstract. At the last At the last time the advertising revenues of radio stations have been declining. An analysis of advertising communication on the radio station “Za Oblakami” showed that the problems exacerbating this trend are the insufficient development of online advertising opportunities and ignoring industry trends (podcast production, integration into social networks). The object of the study is radio as a channel of advertising communication, the subject is the elements of advertising communication on the regional Kurgan radio station “Za Oblakami”, the method is content analysis.time the advertising revenues of radio stations have been declining.

Keywords: advertising, communication, radio, commercial audio.

Несмотря на достаточно устойчивые показатели медиапотребления (по данным Mediascore за 2023 год, хотя бы раз в неделю радио слушают 79 % россиян, а суточная аудитория составляет 54 % [1]) в последние годы радиостанции снижают рекламные доходы. При этом аналитический центр НАФИ зафиксировал, что 80 % слушателей не довольны тем, что на радио стало слишком много рекламы [2]. Данные по снижению объемов рекламы

на радио позволяют предположить, что это субъективное суждение, однако оно может привести к дальнейшему сокращению аудитории радиостанций. При этом к рекламе в интернете пользователи более лояльны, и это может стать актуальным направлением развития рекламных радиокommunikаций.

Мы обнаружили, что главные стрессовые факторы для финансового развития радио в последние годы (пандемия COVID-19 и введенные странами Запада после начала специальной военной операции на Украине санкции) оказали определенное положительное влияние на радиотраслу. Ускорился переход части аудитории радио в онлайн-среду, выросла доля людей, которые слушают радио и на FM-частотах, и в интернете. Это позволяет радиостанциям дополнить свои рекламные коммуникации еще одним каналом. В интернете можно использовать нестандартные для радио форматы: баннеры на сайте, рекламные включения в приложения или на потоковых сервисах, видеоролики.

Новым способом легального продвижения радиостанций с возможностью размещения рекламного контента стал индустриальный радиоплеер – проект, объединивший все радиостанции на одном сайте, однако в сегменте региональных радиостанций он пока развит слабо. Эксперты отмечают, что в ближайшие годы будет развиваться сфера подкастов, а значит, появится простор для нативного и спонсорского рекламирования в таких передачах, отличных от радиоэфира [3].

Радио «За облаками» является единственной региональной радиостанцией с круглосуточным местным вещанием и собственным программированием в Курганской области. Это позволяет шире использовать спонсорские возможности разных программ, а также создавать интегрированные рекламные продукты (хотя в последнее время эта форма радио не используется). Самой популярной формой рекламной коммуникации на радио «За облаками» является рекламный ролик, чаще всего он представлен в игровом или имиджевом формате, используются варианты информационного ролика и рекламных песен и пропевок. Также «За облаками» предлагает широкий спектр каналов коммуникации для спонсорства: отдельные программы, которые можно спонсировать, спонсорство часа или тематические спонсорские объявления. Эти коммерческие предложения востребованы, поскольку такая реклама звучит вне рамок рекламного блока и дважды за короткое время – в начале передачи и в конце. Наиболее активно на «За облаками» рекламируются местные автоцентры, компании из сферы недвижимости, строительства. Это соответствует общим федеральным тенденциям по размещению рекламы на радио [4].

Однако данная радиостанция не откликается на многие актуальные тренды. «За облаками» не участвует в проекте индустриального радиоплеера, не занимается производством подкастов и мультимедийных проектов. В онлайн-сфере рекламные коммуникации радиостанции «За облаками»

также развиты неоднородно. На сайте «За облаками» почти нет рекламных баннеров или публикаций, хотя эта платформа заявлена как дополнительная в прайс-листе рекламных предложений. В сообществе радиостанции во «ВКонтакте», однако, появляются посты, сопровождающие спонсорские мероприятия. В целом рекламные коммуникации радио «За облаками» можно назвать целостными и хорошо развитыми, однако следует большее внимание обратить на онлайн-сферу как отдельную среду для размещения рекламы.

Литература

1. Ачкасова К. Медиаизмерения и тренды медиапотребления / К. Ачкасова // Mediascope. – 2022. – URL: <https://img-cdn.tinkoffjournal.ru/-/television-stat-pdf.ucxfmo..pdf> (дата обращения: 22.09.2023).
2. Радио в цифровую эпоху: аудитория, влияние пандемии, конкуренция со стримингами // Nafi.ru. – 2022. – 12 февр. – URL: <https://nafi.ru/analytics/radio-v-tsifrovuyu-epokhu-auditoriya-vliyanie-pandemii-konkurenciya-so-strimingami/> (дата обращения: 12.09.2023).
3. Черкасова Н. Жизнь через FM-диапазон / Н. Черкасова // RSpectr.com. – 2022. – 2 дек. – URL: <https://rspectr.com/articles/zhizn-cherез-fm-diapazon> (дата обращения: 12.09.2023).
4. Рекламодатели на радио в 2022 году. Исследование AdIndex / Е. Новгородова // AdIndex.ru. – 2023. – 12 апр. – URL: https://adindex.ru/news/ad_budjet/2023/04/12/311908.phtml (дата обращения: 27.09.2023).