

ЧЕЛЯБИНСКОМУ РАДИО – 90 ЛЕТ: МОДИФИКАЦИЯ ЛОКАЛЬНОГО РАДИОВЕЩАНИЯ И ПРОФЕССИИ РАДИОЖУРНАЛИСТА

В статье рассматривается история становления и развития локального (челябинского) радиовещания в советский и постсоветский периоды, оценивается его состояние в настоящее время. Прослеживается траектория движения «вперед» современного радиожурналиста. Сегодня от него требуются знания основ телевизионной и интернет-журналистики, безупречное владение письменной речью, умение вести сайт радиостанции и работать в режиме «визуального радио», владение навыками тележурналиста, монтажера видеоконтента, SMM-специалиста и др.

К л ю ч е в ы е с л о в а: российское радиовещание; Челябинское радио; локальное радиовещание; радиорынок; радиожурналист; социальные сети; визуальное радио.

Челябинское радиовещание, прежде чем встать на путь рынка и перейти на коммерческие рельсы, прошло долгий путь. В данной работе мы отметим только важнейшие периоды его развития. История зарождения и становления областного (челябинского) радио представлена в статьях В. Гантова [2], Г. Дмитрина [3], И. Богдановой [1], А. Меньшенина и Т. Николаевой [8], В. Капустина [7], Р. Полиастомы [9, 10], А. Ефименко [4] и др. История же развития локального радиовещания (т. е. транслирования оригинального Челябинского радиоконтента) постсоветского периода изучается по большей части исследователями-энтузиастами, которым интересен Челябинский радиорынок и те изменения, которым он подвергся после распада Советского Союза. Здесь необходимо отметить статью 2005 г. Т. И. Сидоровой и А. А. Журавлевой [12], зафиксировавшую динамику развития Челябинского FM-радиовещания начала 2000-х гг., а также две работы А. А. Журавлевой: первая – 2017 г. [6], где рассмотрены структура, ведущие холдинги, соотношение форматов и тенденции развития Челябинского радиорынка, вторая – 2018 г. [5], в которой проанализированы особенности контакта музыкальных локальных FM-станций со своей аудиторией в социальных сетях. Статей же, посвященных комплексному исследованию локального Челябинского радиовещания, крайне мало. В данной работе мы попытаемся восполнить этот пробел.

В 2019 г. мы празднуем две замечательные даты, неразрывно связанные между собой: 160 лет со дня рождения изобретателя радио А. С. Попова, нашего земляка, родившегося в 1859 г. на Урале, и 90 лет со дня появления радио в Челябинске.

Еще до революции 1917 г. в Челябинской области предпринимались первые попытки радиофикации. На Александровской сопке, недалеко от Златоуста,

ЖУРАВЛЕВА Анна Аркадьевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций Челябинского государственного университета (e-mail: anettazhuravleva@gmail.com).

в 1909–1910 гг. была сооружена одна из первых в России крупных радиостанций, которая являлась частью трансконтинентальной линии «Париж — Науэн (Германия) — Бобруйск — Александровская сопка — Чита — Токио — Северная Америка». Однако этой первой уральской радиостанции, на строительство которой был потрачен миллион золотых рублей, не суждено было вступить в строй. Залежи магнитных руд Александровской сопки поглощали исходящие от радиостанции электромагнитные волны. Радиостанцию закрыли, а оборудование отправили в Царское Село.

Через 10 лет, уже в период Гражданской войны, в Челябинске началось строительство мощной радиостанции, которая смогла бы поддерживать связь с Восточным и Туркестанским фронтами. «На территории нынешнего городского сада имени А. С. Пушкина были установлены 4 мачты высотой 65 метров. Мощность радиостанции (35 кВт) позволяла ей действовать в радиусе до 3000 км и обеспечивать надежную связь с Ташкентом, Омском, Семипалатинском и другими городами страны» [13].

1920-е гг. — время активного формирования системы проводного вещания в нашей стране. В 1927 г. Челябинский окружной комитет ВКП(б) принимает решение о развитии проводного вещания на базе созданной в Челябинске приемной ширококвещательной радиостанции. Первые шесть больших репродукторов были установлены в наиболее людных местах города: на строительстве ЧГРЭС, Челябинского тракторного завода (ЧТЗ), на заводе им. Д. В. Колющенко, у Красных казарм и на центральной городской площади, пространство которой раскрывалось на главную магистраль города — ул. Спартака (ныне — проспект Ленина). В квартирах стали появляться «черные тарелки», репродукторы «Зорька» и «Рекорд». Однако собственного радио в Челябинске еще не было, транслировались московские передачи.

23 октября 1928 г. правительство принимает постановление «Об очередных задачах радиофикации Союза ССР», в котором была намечена большая программа радиостроительства в центре и на местах, а уже в 1929 г. радиотехник Григорий Георгиевич Шулдяков, имевший богатый опыт радиофикации Кронштадта, Нижнего Новгорода и Екатеринбурга, с группой связистов устанавливает первый в Челябинске радиоузел Министерства связи. Вся необходимая для челябинских радиотрансляций аппаратура была установлена в доме № 94 по ул. Труда.

7 ноября 1929 г. считается датой рождения челябинского радиовещания. В этот день жители города слышали первый выпуск челябинской радиогазеты, его ведущим стал В. Востряков (первый диктор челябинского радио), радиотехником и редактором — Г. Малков. На тот момент в квартирах и общественных местах Челябинска насчитывалось всего 150 радиоточек. Г. Г. Шулдяков был не только организатором, создателем первого челябинского радиоузла, но и его руководителем. Он также принял участие и в строительстве радиостанции РВ-68 (мощностью 1 киловатт), смонтированной на ул. Кирова и предназначенной для вещания на город и ближайшие районы [13].

1 июня 1933 г. в Челябинске была осуществлена первая трансляция с места события о торжественном пуске одного из первых заводов в СССР — ЧТЗ.

По радио передавали выступление М. И. Калинина на торжественном митинге на заводской площади.

17 января 1934 г. Уральская область была разукрупнена и образована Челябинская область (с 1919-го — Челябинская губерния, включавшая Челябинский, Троицкий и Верхнеуральский уезды; с 3 ноября 1923 г. — Уральская область с центром в Екатеринбурге, в состав которой входило 15 округов: Челябинский, Троицкий, Златоустовский, Верхнеуральский и др.). Вместе с образованием Челябинской области был создан областной комитет по радиофикации и радиовещанию, председателем которого стал А. Г. Савоськин. Тогда же были организованы и редакции областного радио — пропаганды и агитации, последних известий, литературно-драматического и музыкального вещания, детских передач.

Однако настоящее эфирное радиовещание в Челябинске началось с введения в строй новой, мощной для того времени 10-киловаттной радиостанции РВ-72, строительство которой было начато в 1934 г., а завершено в 1935 г. Московский трест «Радиострой» производил монтаж радиостанции. Высота башни составила 100 м, она была построена из тюменского мачтового леса. В мае 1935 г. в эфир вышли первые пробные передачи, а с 1 октября радиостанция под руководством Виктора Семеновича Яскевича заработала в полную силу [13]. Появилась возможность выпускать внестудийные передачи — репортажи с мест событий.

К 1940 г. в Челябинской области уже насчитывалось более 60 тыс. радиоточек. Радиостроительство и радиолобительство захватило всю страну, челябинское радио распространило вещание на всю область.

В годы Великой Отечественной войны областное радио было самым оперативным и часто единственным носителем информации для челябинцев. Директором челябинского радиовещания в годы войны была Л. М. Кутикова. Количество программ музыкальных и литературных отделов заметно сократилось. Публицистика и документальная проза стали важнейшими жанрами литературно-драматического вещания того периода. 9 мая 1945 г. челябинское радио провело радиомост с городами области в честь Победы над фашистской Германией.

В 1957 г. при Совете министров СССР был создан Государственный комитет по радиовещанию и телевидению (с 1953 г. радиовещание подчинялось Министерству культуры СССР). Уже к началу 1960-х гг. в этот Государственный комитет входили 343 вещательные организации, в числе которых челябинское радиовещание значилось как одна из крупнейших радиоорганизаций страны. «В 1960–1980-е гг. на челябинском радио работали радиожурналисты Г. Ф. Рыбкина, Л. Д. Борисов, А. И. Дементьев, Л. У. Чернышев, Ю. Г. Федоров, А. Н. Шепелев, Н. Е. Хайбуллина, И. А. Бушуева и др. Возглавляли радио в те годы Г. К. Дмитриин и главный редактор И. С. Родькин» [13].

В 1990-е на челябинском областном радио звучали голоса А. Прокофьевой, Л. Борисова, Т. Худышкиной, С. Зверева, А. Седова, Т. Палатинской и др.; в 2000-е — Н. Малышкиной, А. Мухамадеева, С. Зверева, Т. Худышкиной, А. Фролова и др., в настоящее время — Н. Малышкиной, А. Мухамадеева, О. Тимониной, С. Гладкова, А. Годыны, С. Татьянченко и др. Сегодня главный инженер ГТРК «Южный Урал» — В. В. Пахтусов, директор — Е. Л. Дмитренко. Структура

редакции: 1) новостная служба (служба информации) и 2) творческая служба (подготовка программ).

В 2019 г. в челябинский эфир выходят уже 30 FM-станций: 1. *Вести FM* (Челябинск) — 92.6 FM; 2. *Маяк* — 93.6 FM; 3. *Мир* (Челябинск) — 94.0 FM; 4. *Love Radio* (Челябинск) — 94.6 FM; 5. *Комсомольская правда* (Челябинск) — 95.3 FM; 6. *Energy* (Челябинск) — 96.0 FM; 7. *Петро FM* (Челябинск) — 96.4 FM; 8. *Детское радио* — 96.8 FM; 9. *Радио России / Радио Южный Урал* — 97.8 FM; 10. *Дача* (Челябинск) — 98.7 FM; 11. *Авторadio* (Челябинск) — 99.1 FM; 12. *Эхо Москвы* (Челябинск) — 99.5 FM; 13. *Радио 100* — 100.0 FM; 14. *Континенталь* — 100.4 FM; 15. *Business FM* (Челябинск) — 100.8 FM; 16. *Юмор FM* (Челябинск) — 101.2 FM; 17. *Европа Плюс* (Челябинск) — 101.6 FM; 18. *Новое радио* (Челябинск) — 102.0 FM; 19. *Studio 21* (Челябинск) — 102.4 FM; 20. *Интерволна* — 102.9 FM; 21. *Наше радио* (Челябинск) — 103.5 FM; 22. *Русское радио* (Челябинск) — 104.1 FM; 23. *Олимп* — 104.5 FM; 24. *L-радио* — 104.9 FM; 25. *Радио 7 на семи холмах* (Челябинск) — 105.4 FM; 26. *Шансон* (Челябинск) — 105.9 FM; 27. *Дорожное радио* (Челябинск) — 106.3 FM; 28. *Искатель* (Челябинск) — 106.8 FM; 29. *DFM* (Челябинск) — 107.3 FM; 30. *Comedy Radio* (Челябинск) — 107.8 FM.

73 % челябинского FM-эфира занимают станции-ретрансляции или сетевые (22 радиостанции); 20 % — сектор локального челябинского радиовещания (6 радиостанций, включая государственное радио «Южный Урал»); 7 % — общегосударственные радиостанции (2 радиостанции), у них нет челябинской редакции и рекламной службы, транслируется московский эфир.

Рассмотрим специфику развития сектора локального радиовещания. Исследуемые параметры: время появления и продолжительность вещания в челябинском эфире, занимаемая FM-частота; медиахолдинг / владелец (при наличии информации); формат: разговорный / музыкальный; ближайшие радиоконкуренты.

Можно выделить следующие этапы развития челябинского радиовещания (проводного / эфирного; государственного / коммерческого):

1. **1929–2019 гг.:** вещание государственного проводного **областного радио**, которое сегодня называется «Южный Урал».

2019 г.: запущено эфирное вещание радио «**Южный Урал**»; частота: 97.8 FM. Государственный холдинг: ВГТРК / ГТРК «Южный Урал». Разговорный формат: News and Talk. Начало уверенного вещания в Челябинске на этой частоте — с мая 2019 г. Конкуренты по формату и аудитории сегодня: «Вести FM» (Челябинск), «Маяк», «Комсомольская правда» (Челябинск), «Эхо Москвы» (Челябинск).

2. **1992 г.:** открыта первая музыкальная коммерческая радиостанция — «**Интерволна**»; частота: 102.9 FM. Информация о последнем владельце радиостанции не разглашается. Известно только, что это челябинский бизнесмен. Музыкальный формат сегодня: Hot AC. Конкуренты по формату и аудитории сегодня (чистый AC, его подформаты и гибриды с основой AC): «Ретро FM» (Челябинск), «Радио Дача» (Челябинск), «Радио 100», «Радио Олимп», «Радио 7 на семи холмах» (Челябинск), а также «Авторadio» (Челябинск) и «Дорожное радио» (Челябинск).

3. **1994 г.:** открыта радиостанция «**Студия-1**», которая проработала в челябинском эфире 20 лет. Радиостанция находилась в структуре ГТРК «Южный Урал»,

не имела юридической самостоятельности. Тем не менее это единственная радиостанция в Челябинске, выходящая в четырех диапазонах вещания и в двух разных форматах: 1) проводное радио — в смешанном информационно-музыкальном формате, где News and Talk — 70 %, музыка — 30 % (ежедневно: с 10:10 до 11:00, по будням: с 18:00 до 19:00); 2) эфирное радио на частоте 106.8 FM — в формате музыкального радио (охват: Челябинск, Златоуст, Миасс, Юрюзань); музыкальный формат за 20 лет менялся неоднократно; 3) УКВ — 71.96 МГц; дублирование эфира информационно-музыкального радио; 4) СВ — 738 кГц; дублирование эфира информационно-музыкального радио. «Студия-1», как и «Южный Урал», распространяла вещание на самую большую территорию с населением 3,5 млн человек. Радиостанция была признана руководством ГТРК «Южный Урал» убыточной и закрыта в начале 2015 г.

4. **1998 г.**: открыто музыкальное коммерческое «**L-радио**»; частота: 104.9 FM. Владелец — частное лицо. Музыкальный формат сегодня: Dance music. (Ранее «L-радио» много лет работало во «взрослом» формате AC.) Конкуренты по формату и аудитории сегодня: недавно появившееся радио с сектором молодежной танцевальной музыки «Studio 21», а также радиостанции с разновидностями молодежного формата CHR — «DFM Челябинск», «Европа Плюс» (Челябинск), «Energy» (Челябинск), «Love Radio» (Челябинск).

5. **1998 г.**: выход на проводах радиостанции «**Восточный экспресс**». Формат разговорного радио — News and Talk. Вещание: 1998–2011 гг. Владелец — компания «Уралсвязинформ». Большая часть творческих и технических сотрудников «Восточного экспресса» пришла с другого проводного радио — «Новой волны-2», недолго работавшей в Челябинске в середине 1990-х гг.

6. **1999 г.**: открыта музыкальная коммерческая радиостанция «**Олимп**»; частота: 104.5 FM. Владелец — уральский радиомангнат Николай Грахов. Музыкальный формат сегодня: AC. Челябинская радиостанция «Олимп» (музыкальная библиотека, программный контент, сайты и др.) является калькой екатеринбургской радиостанции «Си» Н. Грахова. Конкуренты по формату и аудитории сегодня: «Ретро FM» (Челябинск), «Радио Дача» (Челябинск), «Радио 100», «Интерволна», «Радио 7 на семи холмах» (Челябинск), а также «Авторадио» (Челябинск) и «Дорожное радио» (Челябинск).

7. **2003 г.**: «**Народный хит**»; вещание: 2003–2010 гг.; частота: 107.8 FM. Музыкальный формат: Soft AC; позиционирование на рынке — семейное радио. Владелец — ООО «Эсми», радиостанция принадлежала Анатолию Уфимкину («Уралсвязинформ»), Александру Бенко и Олегу Хлебникову. «Народный хит» был одной из любимейших FM-станций челябинцев формата AC. Однако в результате финансовых проблем в 2010 г. произошла смена собственника, новый собственник запустил на этой частоте радио «Вести-FM».

8. **2004 г.**: открыто радио «**Абсолютное 100 FM**» (2004–2010); частота: 100.0 FM. Музыкальный формат до 2010 г.: Rock. Владелец до апреля 2011 г. — «Уралсвязинформ». Переформатирование радиостанции осуществлено в 2010 г., теперь на этой частоте звучит «**Радио 100**». Музыкальный формат: AC. Конкуренты по формату и аудитории сегодня: «Ретро FM» (Челябинск), «Радио Дача»

(Челябинск), «Интерволна», «Олимп», «Радио 7 на семи холмах» (Челябинск), а также «Авторадио» (Челябинск) и «Дорожное радио» (Челябинск).

9. 2007 г.: «**Радио Континенталь**»; частота: 100.4 FM. С 1994 г. радиостанция, нарушая закон и не являясь сетевой станцией, работала на частоте «Русского радио» (РМГ) и под этим брендом. Собственное вещание было открыто лишь в 2007 г. Холдинг: «Радио “Континенталь”» Б. Ройзмана. Музыкальный формат: National Hit (русскоязычная популярная музыка). Конкуренты по формату и аудитории сегодня: «Русское радио» (Челябинск), «Мир» (Челябинск) и «Новое радио» (Челябинск).

С 1992 по 1999 г. сектор локального челябинского вещания пополнили пять радиостанций: эфирные, музыкальные — «Интерволна», «Студия-1», «L-радио», «Олимп»; проводные, разговорные — «Студия-1», «Восточный экспресс», а с 2003 по 2019 г. — четыре радиостанции: музыкальные, коммерческие — «Народный хит», «Абсолютное», «Континенталь»; разговорные, государственные — «Южный Урал». Однако именно с 2000-х гг. происходит и закрытие трех локальных радиостанций — «Народного хита», «Восточного экспресса» и «Студии-1» (проводной и эфирной). С 2005 по 2018 г. локальное вещание сократилось в два раза (на 16 %): с 33 % в 2005 г. до 17 % в 2018 г.

В 2019 г. в эфир выходят 6 локальных радиостанций — 20 % от общего числа — с оригинальными программами, местным новостным и собственным информационно-развлекательным контентом: музыкальные «Интерволна», «L-радио», «Олимп», «Радио 100», «Радио Континенталь» и разговорное государственное радио «Южный Урал» (на проводах и в FM-эфире). Соотношение местного музыкального и разговорного радио — 83 % и 17 % соответственно. Сравним эти данные с показателями российского FM-радиорынка: 2/3 всех радиостанций в стране — музыкальные, 1/3 — разговорные [11]; 5/6 локального челябинского вещания — музыкальные радиостанции, 1/6 — разговорные. Форматный вектор локального вещания, по сравнению с общероссийским, больше смещен в сторону музыкального радио. Лидером локального FM-вещания является формат AC (и его разновидности), в котором работают «Интерволна», «Олимп», «Радио 100».

Вместе с глобальными изменениями на российском и региональном радиорынках, которые происходили в постсоветский период, колоссальные сдвиги наметились и в требованиях, предъявляемых к радиожурналистам. Красивый тембр голоса и четкая дикция, знание правил орфоэпии и владение грамотной устной речью — этот «золотой радиостандарт» предъявлялся к радиийщику всегда, начиная с самых первых лет существования данного СМИ. С развитием техники и появлением различной аппаратуры для радиовещания еще в советский период к этому списку прибавилось умение самостоятельно пользоваться диктофоном, вести качественную запись опросов, интервью, бесед и пр. Работа же радиожурналиста в студии у микрофона и в прямом эфире с места события, а также монтаж и сведение радиопрограмм вплоть до начала 2000-х гг. на челябинском радио всегда сопровождалась помощью технических специалистов — звукооператоров, звукоорежиссеров, звукоинженеров.

Начиная с 2005 г. требования к профессии радиожурналиста стали еще больше «технологизироваться». Среди обязательных умений теперь стало числиться и владение компьютерными монтажными программами для радио (Sound Forge, Vegas, Дигитон, Audition, Амплитуда и др.), выполнение так называемого чернового монтажа — монтирование собственных программ, различных опросов, фрагментов интервью и др. Некоторые музыкальные локальные радиостанции, например «Студия-1», «Народный хит», «Интерволна», в 2006–2011 гг. стали практиковать уже нахождение за звукорежиссерским пультом и у микрофона единственного сотрудника радиостанции — журналиста, совмещающего в себе функции ди-джея / ведущего эфира, звукооператора, режиссера.

Тем не менее на разговорных локальных челябинских радиостанциях («Студия-1», «Восточный экспресс», «Южный Урал» и др.) долгое время, практически до 2010 г., существовала довольно гибкая система специализаций радиожурналистов, унаследованная частично еще от советского радиовещания: радиожурналист-информационщик; ведущий прямого эфира; ведущий авторских программ; корреспондент; «золотой голос» — визитная карточка радиостанции, т. е. человек, озвучивающий джинглы радиостанции, названия авторских программ, рекламу и др.; радиожурналист, работающий только на проводах или только в FM-эфире, и др.

В современную систему функционирования российского радиовещания глобальные изменения внес интернет. Теперь коммерческие музыкальные радиостанции ведут конкурентную борьбу уже не столько в FM-диапазоне, сколько в интернете, и прежде всего на собственных сайтах и в социальных сетях — во «ВКонтакте», в «Инстаграме», на «Ютубе», в «Одноклассниках» и на других медиаплощадках. Все радиостанции сегодня существуют в условиях постоянно развивающейся технологической среды, которая обновляет и само радиовещание, и требования, предъявляемые к профессии радиожурналиста. Работа современной радиостанции теперь немыслима без ее продвижения в социальных сетях, без взаимодействия со своей аудиторией на этих медиаплощадках, ее постоянного наращивания и изучения, без адаптации контента, размещаемого в группах, под интересы и потребности аудитории каждой соцсети. На сайте радиостанции и в пабликах «письменное» общение с аудиторией теперь доминирует над «живым», аудиальным. Для выполнения этого значительного блока работы радиожурналист должен сегодня иметь знания и владеть навыками и интернет-журналиста, и специалиста в области SMM. Он также обязан вести собственный профиль в этих соцсетях с информационной привязкой к своей радиостанции. Вся эта работа в конечном счете должна приводить к росту популярности как радиостанции, так и самого журналиста.

Динамика роста аудитории самых рейтинговых и активно продвигающихся групп локальных музыкальных FM-станций в соцсетях демонстрирует актуальность и важность этого вида работы для СМИ и журналиста. Мы провели замеры аудитории трех таких групп в 2017, 2018 и 2019 гг. и получили следующие результаты:

I. L-радио: музыкальный формат — Dance music, целевая аудитория: молодые люди 16–25 лет. Активная работа в трех соцсетях (на сайте заявлено 5 соцсетей):

1. «ВКонтакте»: 31 791 чел. (февраль 2017), 36 484 чел. (февраль 2018), 41 586 чел. (февраль 2019); 2. «Инстаграм»: 3 484 чел. (февраль 2017), 4 191 чел. (февраль 2018), 4 955 чел. (февраль 2019); 3. «Фейсбук»: 1 364 чел. (февраль 2017), 1 398 чел. (февраль 2018), 1 429 чел. (февраль 2019).

Прирост группы «ВКонтакте» за 2 года — 9 795 чел., или **31 %** (от общего числа группы в 2017 г.), в «Инстаграме» — 1 471 чел., или **42 %**, в «Фейсбуке» — 65 чел., или **4,7 %**. Важнейшие соцсети — «ВКонтакте», «Инстаграм», в зоне внимания также «Фейсбук».

II. Континенталь: музыкальный формат — National hits, целевая аудитория: 25–45 лет. Активная работа в двух соцсетях (на сайте заявлено 2 соцсети; сайт обновлен в 2019 г.): 1. «ВКонтакте»: 12 120 чел. (апрель 2017), 13 925 чел. (февраль 2018), 19 029 чел. (февраль 2019); 2. «Инстаграм»: 1 157 чел. (апрель 2017), 1 081 чел. (февраль 2018), 1 522 чел. (февраль 2019).

Прирост группы «ВКонтакте» за 2 года — 6 909 чел., или **57 %**, убыль аудитории в «Инстаграме» за 2018 г. — 76 чел., или **6,5 %**, прирост в 2019 г. — 440 чел., или **38 %**. Важнейшая соцсеть — «ВКонтакте», в зоне внимания также «Инстаграм».

III. Интерволна: музыкальный формат — Hot AC (Hot Adult Contemporary), целевая аудитория: мужчины и женщины 25–45 лет. Активная работа в двух соцсетях (на сайте заявлено 3 соцсети):

1. «ВКонтакте»: 16 248 чел. (апрель 2017), 17 699 чел. (февраль 2018); 18 804 чел. (февраль 2019); 2. «Инстаграм»: 1 466 чел. (апрель 2017), 1 667 чел. (февраль 2018), 1 680 чел. (февраль 2019). Прирост группы «Интерволны ВК» за 2 года — 2 556 чел., или **15,7 %**, «Инстаграма» — 214 чел., или **14,6 %**. Важнейшая соцсеть — «ВКонтакте», в зоне внимания также «Инстаграм».

Итак, важнейшая соцсеть для продвижения локальных радиостанций — «ВКонтакте», опорная — «Инстаграм», для радиоформатов с более взрослой аудиторией в зоне внимания также находятся «Фейсбук» и «Одноклассники». Локальные радиостанции на своих сайтах заявляют большее количество групп в соцсетях, которые ведет радиостанция, нежели существует в реальности. Это вызвано и нехваткой рабочих рук для данной сферы деятельности, и недостаточной подготовленностью к этой работе выпускников факультетов журналистики, и невозможностью расширить штат сотрудников по финансовым соображениям. Сегодняшний радиожурналист должен уметь работать с аудиторией различных соцсетей, в самых популярных в России мессенджерах — Viber, WhatsApp и Telegram, заниматься их мониторингом, следить за популярностью и развитием этих и других коммуникационных платформ.

Развитие интернета трансформирует уже почти до неузнаваемости не только профессию радиожурналиста, но даже наши традиционные представления о том, каким вообще должно быть радио. Яркий пример — активный запуск на сайтах радиостанций и в социальных сетях видеотрансляций эфира, т. е. визуального радио. Радиожурналист теперь должен быть психологически готов быть не только голосом, но и лицом своей радиостанции, уметь работать в режиме «визуального радио». Ему также необходимо владеть и компьютерными программами видеомонтажа, программами обработки фотографий — Vegas, Adobe Premiere Pro, Photoshop

и др. Лучший видео- и фотоконтент должен быть отмонтирован, обработан и выложен на Ютуб-канал радиостанции, в «Инстаграм» и в другие соцсети. Или еще примеры: усиленное развитие персонального музыкального интернет-радио или аудиостриминга с его практически безграничными возможностями — созданием собственной радиостанции (или радиостанций) для пользователя, подстройкой плейлиста под музыкальные предпочтения каждого конкретного слушателя, полным отсутствием ведущих и т. д; развитие подкастингового радио и др. Знание и понимание принципов работы этих платформ, их сильных и слабых сторон поможет радиожурналисту успешно конкурировать с ними.

Однако пересмотр базовых умений и навыков радиожурналиста происходит не только в связи с развитием интернета. В результате затянувшегося экономического кризиса, в условиях которого уже целое десятилетие работает и все российское радиовещание, штат творческих и технических сотрудников на многих российских радиостанциях сократился до минимума. В то же время на запрос универсальности радиожурналиста влияет и структура как федерального, так и регионального рынка, который сконцентрирован в руках медиа- и радиомagnатов. Отсюда — возрастающие требования к конвергентности журналиста, что особо востребовано в условиях медиахолдинга, способности развиваться в самых разных сферах: ведущий радиоэфира, рирайтер, журналист-печатник, интернет-журналист, журналист-телевизионщик, социолог, продюсер радиопрограмм, SMM-специалист, технически продвинутый пользователь интернета, звукооператор, монтажер аудио-, видео- и фотоконтента и, наконец, хороший аналитик и исследователь всего радио- и медиарынка.

Подводя итог всему вышесказанному, хочется отметить, что сегодняшнему радиовещанию необходим «номадический» радиожурналист, эдакий «цифровой» радиокочевник, т. е. профессионал, легко перемещающийся из одного формата в другой (в условиях холдингизации российского радиорынка), осваивающий новые формы работы, подстраивающий собственное творчество под трансформирующуюся систему жанров, хорошо знающий аудиторию радиостанции, активно следящий за движением ее интересов и постоянно находящийся на связи с ней. Рынку необходим своеобразный легион-журналист, журналист-конструктор, т. е. радиопрофессионал с широким спектром знаний, умений и навыков в самых разных сферах — печатной и интернет-журналистике, тележурналистике, социологии, управлении, SMM, рекламе и пиаре, научно-исследовательской деятельности, звукорежиссуре и даже телеоператорском мастерстве. В сущности, само название специализации — «радиожурналист» — в современных условиях является условным и номинальным.

В последние годы наблюдается явный рост профессионализма и большей подготовленности нынешних выпускников факультетов журналистики к практической деятельности: опыт работы у микрофона, умение работать в компьютерных программах для записи и монтажа аудио и видео, работа с радиотекстами, знание рынка форматов, современной системы аудиовизуальных, печатных и интернет-жанров и др. От радиожурналиста сегодня и рынок, и работодатели, и новая технологическая среда требуют синкретичности, супергибкости

и мобильности — умения делать практически все и сразу. Профессионалу радиовещания же остается только соответствовать этим требованиям.

1. *Богданова И.* Профессия: репортер. Областному радио — 70 лет // Южноуральская панорама. 1999. 4–10 нояб. (№ 51).
2. *Гантов В.* «Говорит Челябинск»: Областному радио — 50 лет // Вечерний Челябинск. 1979. 27 нояб.
3. *Дмитрин Г.* Люди, события, факты: К 50-летию радио в Челябинске // Вечерний Челябинск. 1979. 30 нояб.
4. *Ефименко А. П., Филиппова В. С.* Радио // Энциклопедия «Челябинск». Челябинск, 2001. С. 703–704.
5. *Журавлева А. А.* Локальное FM-радиовещание и меняющаяся аудитория: от взаимодействия к взаимопониманию и взаимодоверию (на примере работы челябинских радиостанций в социальных сетях) // Приоритеты массмедиа и ценности профессии журналиста : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 17–18 мая 2018 г.). Екатеринбург, 2018. С. 93–95.
6. *Журавлева А. А.* Челябинский радиорынок: структура, ведущие холдинги, соотношение форматов, тенденции развития // Профессиональная культура журналиста цифровой эпохи : материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием (Екатеринбург, 19 мая 2017 г.). Екатеринбург, 2017. С. 118–122.
7. *Капустин В.* «Передачу вела Кутикова...» // Вечерний Челябинск. 1985. 7 мая.
8. *Меньшенин А., Николаева Т.* «Говорит Челябинск...» (История радио в Челябинской области) // Вечерний Челябинск. 1984. 16 марта.
9. *Полиастомы Р.* С утра пораньше: Челябинскому радио — 65 лет // Челябинский рабочий. 1994. 4 нояб.
10. *Полиастомы Р.* Их узнают по голосам // Челябинский рабочий. 1994. 6 мая.
11. Радиовещание в России в 2017 году: состояние, тенденции и перспективы развития : отраслевой докл. М., 2018 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2018/teleradio.html> (дата обращения: 29.07.2019).
12. *Сидорова Т. И., Журавлева А. А.* Факторы конкурентоспособности локальных FM-станций относительно сетевых в свете корпоративизации радиожурналистики // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер. 11 : Журналистика. 2005. № 1 (2). С. 42–47.
13. Челябинское радио. 75 лет со дня первой радиотрансляции [Электронный ресурс]. URL: http://old.chelreglib.ru:6005/el_izdan/kalendar2004/radio.htm (дата обращения: 29.07.2019).

Статья поступила в редакцию 20.08.2019 г.