

Тенденции развития радиовещания для детей в России в 2010-2015 гг.

Мартьянова Елена

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: elena_martyanova@list.ru

1) Тенденции развития радиовещания для детей необходимо рассматривать в контексте общего развития масс-медиа. Это связано в том числе и с активным развитием в последнее время медиа продуктов, предназначенных для аудитории 0-12 лет, на разных платформах коммуникации [2]. 2) В 2007-2010 в России появилось и стали бурно развиваться сразу несколько масштабных по охвату нишевых проектов для детей: радио "Дети.FM", телеканал "Карусель" (до 2010 - "Теленяня"), Disney Channel. 3) В 2010-2014 активно развивается рынок рекламы в СМИ для детей, которая ориентирована на родителей и детей 0-12 лет. Возникают дискуссии о границах допустимого, о воздействии контента на детскую психику. Качество детско-родительского маркетинга в России, по мнению экспертов, уступает западному опыту [1]. 4) "Детское радио" завоевывает новые частоты в городах-миллионниках, совокупный охват слушателей - больше 50 миллионов человек (родители и дети). Основной канал передачи - слушание в машине. При этом конкурентами детского радио становятся в большей степени не телеканалы, а социальные сети, интернет (в частности сервисы-агрегаторы видеоконтента). 5) Предпринимаются попытки законодательно регулировать развитие медиаконтента для детей. В 2012 вступил закон "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию". Все виды контента СМИ с тех пор должны иметь маркировку с возрастными ограничениями: 0+, 6+ и т.д. Документ ввел термин "информационной безопасности", которая объясняется как "состояние защищенности детей, при котором отсутствует риск, связанный с причинением информацией вреда их здоровью и (или) физическому, психическому, духовному, нравственному" [3]. Для радио и телевидения введены ограничения на программирование вещания с точки зрения информационной безопасности. Кроме того, с ноября 2012 года заработал "черный список" сайтов с противоправным контентом, создаются несколько проектов "безопасного интернета для детей". 6) На радио "Дети.FM" в 2014 году в четвертый раз с момента создания поменялась команда управленцев. Это связано со структурными изменениями в холдинге (слияние "Газпром-медиа" и "Профмедиа", переход радио активов под управление ВКПМ). Политика в отношении рекламы в эфире не поменялась [4]. Редакционная политика продолжила развитие в сторону создания развлекательного контента для детей, эфирных и внеэфирных шоу. Важной вехой можно считать совместный проект академии S.T.A.R.S (продюсерский центр Яны Рудковской) и Детского радио. Музыкальный контент для эфира пополняется за счет песен, которые исполняют ученики академии. 7) Существует проблема с обновлением специального контента для детей (познавательно-развлекательные программы разных жанров, радиоспектакли, новые герои). Набирают популярность жанры, в которых дети становятся объектами привлечения внимания взрослых - как на нишевых детских радио- и телеканалах, так и каналах общего профиля. Детские СМИ копируют взрослые форматы и образы, нет оригинальных жанров. 8) Сайт "Детского радио" вслед за эфиром становится каналом продвижения нового музыкального контента. Дополнительных форм взаимодействия и привлечения аудитории в интернете не создается. При этом динамично развивается интернет-среда, которая выигрывает у радио по интерактивности и доступности. Сейчас дети 4-5 лет смотрят контент на youtube, в 8 - слушают музыку помощью мобильного телефона, в 10 - ведут аккаунты в соцсетях. Таким образом, будущее развитие и распространение радио- и телевещания для

детей во многом будет зависеть от готовности вкладывать ресурсы и работать в мультимедийной среде, с использованием технологий трансмедиа.

Источники и литература

- 1) "Дети остались без рекламы" / "Российская бизнес-газета" 02.10.2012 Электронный ресурс: <http://www.rg.ru/2012/10/02/reklama.html>
- 2) Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М., 2010.
- 3) Защита детей от вредоносной информации. / Российская газета 24.12.2012 Электронный ресурс: <http://www.rg.ru/2010/12/31/deti-inform-dok.html>
- 4) Мартянова Е. "Между деньгами и концепцией социальной ответственности" / Медиаальманах, 4, 2012 г.