

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

им. М. В. ЛОМОНОСОВА

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

КАФЕДРА НОВЫХ МЕДИА И ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

**Создание и продвижение независимой музыкальной
радиостанции**

Гордовская Екатерина,
IV курс,
403 группа, радио

Преподаватель:
доцент, к.ф.н.
ЗАСУРСКИЙ И.И

Москва – 2017

В настоящем исследовании пойдет речь о способах продвижения и укрепления на российском медиа-рынке бренда независимой музыкальной альтернативной FM-радиостанции с весьма ограниченным рекламным бюджетом.

Актуальность исследования обусловлена фактом востребованности такого проекта среди значительной части российских радиослушателей практически всех возрастных групп, ставших вынужденной аудиторией существующих музыкальных радиостанций, но не отдающих искреннее предпочтение ни одному из существующих форматов.

Россияне не довольны форматом отечественного радиовещания.

Это утверждение из года в год подтверждают как результаты официальных опросов и социологических исследований, так и множество частных примеров схожести мнений о том, что фактор, мешающий наслаждаться российским радио-эфиром, для всех один.

«В общем, формат. Трёхминутная попса. По всем частотам.» [3]

Это мнение крайне распространено среди отечественных пользователей таких соцсетей, как LiveJournal, Facebook и VK. Даже в обсуждениях передач, казалось бы, любимых подписчиками интернет-сообществ радиостанций, нередко вспыхивают дискуссии, обнажающие все новые и новые минусы современного российского РВ.

«Попса!», «Репертуар дурного вкуса», «Лентяи коммерческой ориентации», «Самое поверхностное радио!» - подобные эпитеты летят от слушателей через интернет в адрес редакций многих российских музыкальных радиостанций, в большинстве своем крупных и уважаемых СМИ, к тому же “долгожителей” рынка российских медиа. К сожалению, именно такое настроение слушателей усугубляет ситуацию, в которой в итоге проигрывают обе стороны.

62.9% москвичей ежедневно слушают FM-радиостанции по 6-10 часов в день. [1]

По данным последнего исследования, проведенного агентством Mediascore в период с 29.05.2017 по 03.09.2017, большая часть москвичей слушает FM-радиостанции в дообеденные часы первых рабочих дней недели (с 7.00 до 12.00). FM-приемник часто включают в транспорте утром и вечером - по пути на работу и домой, реже - дома в выходные (после 18.00), и

намного реже во время работы. Примечательно, что почти все опрошенные, не имеющие привычки слушать FM-радио, выбрали варианты «Радио отвлекает», «Слушаю свою музыку» или «Предпочитаю онлайн-радиостанции».

Радио по-прежнему слушают в основном ради музыки.

Исследование Mediascope показало, что самые любимые три FM-радиостанции москвичей - Авторадио, Европа Плюс и Ретро FM. Это крупные частные музыкальные станции с разным репертуаром. Единственное, что их объединяет - подход к формату.

Как, впрочем, и подавляющее большинство их не столь успешных в 2017 году конкурентов, они транслируют всевозможную эстрадную и популярную музыку, стремясь одновременно соответствовать сезонным трендам своего направления и удовлетворить ностальгические потребности аудитории.

Их эфир формируется, исходя из массовых вкусов, он загнан в рамки, в которых оказывается сама редакция коммерческой радиостанции под давлением необходимости гарантировать владельцам все больший и больший доход. Их основной постулат - обеспечить рекламодателям стабильность и респектабельность, а слушателям – «хитовость» и актуальность. Владельцы, в свою очередь, занимаются «просто бизнесом» и уверены, что музыкальные жанры с большей смысловой нагрузкой, чем электроника, поп или «вечные хиты», не будут приняты с благодарностью их соотечественниками. Кроме того, отойти от удобства формата и начать создавать музыкальный эфир, который будет удивлять - как минимум гораздо более трудоемкий процесс. А ведь именно из-за отсутствия хотя бы попытки такого подхода слушатель, даже намного менее искушенный, чем настоящие меломаны, уже вправе выключить радио!

Это заблуждение образует брешь в рядах нынешней аудитории московских FM-радиостанций.

Многие, очень многие москвичи, которые хотят настроить радио на музыку, выключают приемник через 3-5 минут бесплодных поисков или прослушивания нескольких случайных композиций. Действительно, как сохранять интерес, если почти все, что слышишь, звучит одинаково, не удивляет и не радует ни тебя, ни людей вокруг?

Если сравнить данные статистики популярного поискового сервиса Yandex за май 2012 и сентябрь 2017 года, станет ясно, что москвичи по-прежнему чаще всего слушают рок, джаз и классическую музыку. Запросов слушателей классики, джаза и рока в 2017 году в пять раз больше, чем любителей эстрадной музыки. По сравнению с 2012 годом стало больше любителей электроники, но наиболее популярны среди запросов этого направления еще два жанра, находящиеся вне формата большинства московских FM-радиостанций - драм-н-бэйс и дабстеп.

Для эффективного запуска радиостанции и формирования прогрессивного репертуара необходимо выделить основные музыкальные жанры, популярные среди россиян, но категорически игнорируемые редакциями музыкальных FM-радиостанций.

Для этого рассмотрим в первую очередь жанровые предпочтения основных существующих московских станций:

Жанры:

- Популярная музыка, эстрада - 25 радиостанций. (Приложение 1)
- Рок - 5 радиостанций. (Приложение 2)
- Ретро - 8 радиостанций. (Приложение 3)
- Классика - 3 радиостанции, джаз - 2 радиостанции.

Итак, перед нами приблизительно 30 музыкальных радиостанций, ведущих вещание для людей с похожими вкусами. Музыкальные потребности огромного процента потенциальных слушателей, предпочитающих другую музыку, более того, выросших на качественно других исполнителях, совершенно не берутся в расчет. Логично предположить, что радиостанция с альтернативным форматом сразу наберет в несколько раз слушателей больше, чем все уже существующие.

Дело в том, что отечественные крупные СМИ традиционно не склонны к попыткам погружения в пучину изменчивых вкусов своей аудитории. Некоторые из перечисленных радиостанций периодически пробуют “освежить” свой формат, но невозможно моментально угодить всем. И станции, которые пытаются экспериментировать с музыкальными жанрами и углублять содержание информационно-развлекательных программ (как,

например, МАХИМУМ и Европа Плюс), чаще всего быстро отказываются от попыток новаторства и возвращаются в привычное эфирное русло.

Эксперименты заканчиваются ровно тогда, когда редакция чувствует под собой такой тонкий лед - рокот критики ревнителей старого, которых, безусловно, ничуть не меньше, приходящий на смену ликование слушателей, которым понравилось отклонение от избитого курса.

Тем временем аудитория, признанная радиостанцией целевой и довольной «по умолчанию», становится требовательнее, взрослее и все реже включает приемник. Так, количество постоянных радиослушателей в Москве с 2010 по 2017 год сократилось на 7,9% (по официальным данным ВЦИОМ на 16.07.2017) - больше, чем на 1% в год. Это пугающая тенденция.

Но, опять же, нового здесь мало. С 2008 года исследовательский ресурс Nielsen SoundScan уже не раз обращал внимание владельцев масс-медиа на усилившееся тяготение досуга образованных людей к чему-то более сложному, чем поп-культура: прогрессивной музыке, проблемным книгам, размышлениям.

Их простой рейтинг, опубликованный в 2012 году, показывает количество продаж CD-альбомов исполнителей разных музыкальных жанров по Европейскому и Американскому материкам. Он проливает свет на истинное положение вещей в мире тех, кто покупает музыку на CD - в мире верных слушателей:

1. Рок (102.5 млн)
2. Альтернатива (52 млн)
3. R&B (49.7 млн)
4. Кантри (44.6 млн)
5. Метал (31.9 млн)
6. Рэп (24.2 млн)
7. Христианская музыка/ госпел (22.9 млн)
8. Саундтреки (12.3 млн)
9. Латина (9.7 млн)
10. Дэнс/ электроника (8.7 млн)

Интересно, что при рассмотрении критики трех ведущих московских радиостанций (Авторadio, Европа Плюс, Ретро FM) в онлайн-сервисах мнений и их сообществах в социальной сети vk.com, причины негативных комментариев всегда разные.

Но, судя по положительным отзывам слушателей, можно сделать вывод, что их любовь к каждой из этих трех непохожих радиостанций вызвана одинаковыми эмоциями.

Итоговое чувство, заставляющее слушателей вновь и вновь возвращаться на волну любой из этих радиостанций, у всех похоже. Оно сочетает в себе любовь к динамичности эфира, «песням юности» - композициям, проверенным временем, и желание слышать новинки любимых жанров.

Данное утверждение отлично иллюстрируют цитаты из случайных положительных комментариев слушателей каждой из этих станций:

Авторadio

«Радиостанция «Авторadio» Уже давно звучит в эфире. И всегда, где бы ты не был подымает настроение. Хорошие старые песни, песни моей юности и молодости звучат на этом радио...» [12]

«Очень часто слушаю «Авторadio» в машине, здесь крутят хиты моей молодости, поэтому отношусь к этой радиостанции только положительно...» [6]

«Данная радиостанция нравится тем, что можно послушать самые разные песни, и новые, и хиты восьмидесятых...» [7]

Европа Плюс

«Отличная радиостанция. Много музыки, драйва, веселья, музыки..!» [10]

«Всегда играют новинки...» [4]

«Отличная качественная музыка, сочетание старых хитов и современных новинок...» [11]

Ретро FM

«Хорошее качество звука, хороший репертуар. Звучат известные произведения популярных в восьмидесятые групп и исполнителей: BONEY M, PUPO, Маленький Принц, Машина времени, ABBA, Modern Talking...»[5]

«Приятная музыка, нечастая болтовня, как это бывает на Европе Плюс...» [9]

«Иногда так и хочется погрузиться в атмосферу прошлого. И во многом позволяет это сделать радиостанция «Ретро FM»...» [8]

При работе с отечественной аудиторией, предпочитающей альтернативную музыку, необходимо соблюдать этот же принцип. Репертуар должен быть прогрессивным и свежим, но учитывать лучшие композиции исполнителей этих жанров минувших лет.

Система поджанров альтернативной музыки сложнее и разнообразнее любой другой. У каждого из них свои адепты и критики, но все они - часть огромной системы самовыражения под названием «Альтернативная Культура». Люди, которые ассоциируют себя с ней, всегда помнят и стараются упомянуть об этом. С появлением возможности настроить приемник на такую радиостанцию, целевые слушатели так и останутся на этой волне, так как не только получают возможность погрузиться в музыку, которая им по душе, но и заявить о себе единомышленникам.

Софт-рок, тяжелый рок, хэви метал, прогрессив-рок, панк-рок, альтернативный рок, инди-рок, гранж... Понять, как создать сбалансированный контент из множества непохожих поджанров можно, если уделить внимание каждому. Эта система завершила формирование недавно, поэтому нужно обратить внимание на каждого из самых ярких исполнителей этих сцен за последние 25 лет. Качество звучания, количество слушателей на Last.fm, фанатов-соотечественников в таких социальных сетях, как VK и Facebook, пластинок, проданных на территории РФ - верные и доступные показатели популярности исполнителя, способные определить его место в эфире радиостанции.

Предположение, что появление среди FM-радиостанций независимой музыкальной альтернативной станции будет воспринято с восторгом, находит следующее фактическое подтверждение. Это же доказательство одновременно помогает и прояснить, какие альтернативные жанры у россиян в однозначном предпочтении.

В марте 2016 года Яндекс. Радио провели исследование музыкальных вкусов и настроения своих слушателей. В феврале 2016 года Яндекс. Радио слушали 1.8 млн россиян из самых разных уголков страны. Естественно, они выбирали разные радиостанции, но оказались похожи в одном. Вне зависимости от настроения и местоположения, россияне очень любят джаз, рок, пост-рок, панк-рок и инди-рок. (Приложение 4) [13]

Этот опрос был проведен среди слушателей интернет-радиостанций, то есть людей, в момент ответа имевших доступ практически ко всем радиостанциям мира.

Именно этот фактор определил как основные поджанры, формирующие базу репертуара, так и весьма бюджетный метод интернет-продвижения FM-радиостанции.

Прежде, чем приступать к изучению методов продвижения радиостанции, необходимо сформировать представление о ее бренде. Итак, дальнейшие выводы о способах продвижении радиостанции сделаны с учетом следующей предполагаемой концепции:

Предполагаемое название: Freemind FM

Слоган: Just not the same

Форма собственности: некоммерческое частное радиовещание

Регион FM-вещания: Россия, Москва и Санкт-Петербург

Тип вещания: музыкально-информационное, 60-70% музыки и 30-40% музыкальных новостей и интервью

Формат вещания: Rock, субформат: Modern Rock (целевая аудитория 18-35 лет)

Жанры: джаз, рок, пост-рок инди-рок, альт-рок и другие жанры альтернативной музыки

Способы продвижения некоммерческой альтернативной радиостанции.

1. Интернет-среда в силах помочь проекту заслужить доверие слушателей и сэкономить немало средств.

а) Возможность онлайн-прослушивания

Первым шагом после создания оригинального веб-сайта радиостанции необходимо предоставить свой плеер для онлайн-прослушивания того, что транслируется в FM-вещании. Это важно как для эффективности последующих действий в социальных сетях, так и для знакомства с радиостанцией слушателей из регионов.

б) Приложения

Следует внести онлайн-версию радиостанции во все популярные мобильные приложения – «живые» каталоги онлайн-радиостанций вроде TuneIn, Streema и Scoop. Возможно, это самый затратный этап процесса.

в) Таргетинг аудитории в социальных сетях

Социальные сети стали превосходной площадкой для размещения информации о себе и прицельного поиска целевого слушателя. В нашем случае аудитория находится среди подписчиков бесчисленных сообществ, посвященных рок-музыкантам и группам в соцсетях. Кроме того, проанализировав настроения слушателей радио Maximum, Rock FM и Радио Джаз, единственных станций, транслирующих в Москве подобную музыку, можно не сомневаться, что их аудитория, которая, опять же, общается в сообществах радиостанций в социальных сетях, не удовлетворена репертуаром радиостанций, и с интересом обратит внимание на новый проект.

г) SEO-оптимизация

Процесс, который должен начаться сразу после запуска онлайн-плеера и создания сообществ радиостанции в социальных сетях. Теперь, когда станцию можно быстро послушать, а ее сообщества кратко и по существу раскрывают ее концепцию, оптимизация поможет не только упростить поиск самого веб-сайта, но и станет инструментом, необходимым для показа конкретной страницы в определенное время (например, страницы события на сайте, посвященной рок-концерту)

д) Создание страницы радиостанции в социальной сети Facebook

Требуется создать красивую, оригинальную и информативную страницу радиостанции, при помощи которой станция будет не только заявлять о себе, но и анонсировать профильные мероприятия (фестивали, концерты, шоу).

При помощи таргетированной рекламы на страницах, посвященных творчеству музыкантов, чья музыка ротируется на радиостанции, можно при минимальных затратах добиться максимального внимания целевой аудитории.

f) Создание аккаунта в Twitter

Интересный, креативный и злободневный аккаунт в Twitter, в котором будут публиковаться не только новости радиостанции и анонсы мероприятий но и, например, известные цитаты музыкантов и остроумные заметки редакционного коллектива на тему новостей индустрии, способен привлечь многих слушателей рок-музыки.

d) Свой блог

Ни одна российская радиостанция не показывает в подробностях процесс производства своего эфира, а ведь это можно сделать крайне интересно! Кроме того, блог радиостанции - превосходная площадка для обратной связи, для размещения обзоров новых музыкальных альбомов и рецензий на концерты. При помощи блогосферы слушателям будет легко найти информацию о своих любимых исполнителях на новой радиостанции.

Основная цель ведения блога - создание ощущения открытости и интерактивности проекта, а тем самым - укрепление присутствия нового СМИ в сети интернет.

e) Кросс-промоушн

После того, как у проекта радиостанции сформировалось “лицо” в социальных сетях, следует приступать к поиску путей сотрудничества с музыкальными журналами, звукозаписывающими студиями, концертными агентствами и прочими предприятиями похожей направленности. Требуется разработка уникальной, интересной и эффективной партнерской программы (например, многие концертные агентства организуют СМИ-партнерам эксклюзивные интервью с музыкантами в обмен на короткую рекламу самого мероприятия).

f) Минимум платной интернет-рекламы

Из множества доступных способов платного продвижения в интернете, стоит в первую очередь выбрать баннерную рекламу.

Баннеры о радиостанции, ее репертуаре и «любимых» исполнителях, следует разместить на сайтах, посвященных именно музыкантам. Подойдут как официальные веб-страницы групп, так и их фан-сайты - ресурсы с высокой посещаемостью и низкими ценами на размещение рекламы.

2. Оригинальный дизайн печатной рекламы

а) Разработать яркие и оригинальные макеты постеров и наклеек, которые будут отражать тематику радиостанции. Распространять на музыкальных мероприятиях, в магазинах и салонах, посвященных альтернативной тематике.

б) Регулярно «освежать» дизайн печатной продукции в соответствии с новостными, музыкальными и иллюстрационными трендами.

с) Отказаться от дорогостоящей наружной рекламы.

3. Интерактивность - путь к сердцу слушателя

а) Тематические опросы на сайте радиостанции и в социальных сетях.

Примерные темы - любимые жанры, музыканты, концерты, развлечения.

Регулярные опросы помогут лучше узнать свою аудиторию и корректировать репертуар.

б) Конкурсы, подарки

Создание некоммерческой радиостанции, избравшей своим путем альтернативную музыку - процесс сложный, творческий и полезный обществу. У проекта непременно появятся верные слушатели, ведь наш соотечественник-радиослушатель страдает в отсутствие не столько оригинального радиоэфира, сколько по человеческому отношению и качественному подходу со стороны редакций существующих радиостанций.

Аудитории не хватает признания её собственных интеллектуальных способностей, и именно такой проект сможет его дать.

Слушатель (если, конечно, он отдает предпочтение музыкальному направлению, выбранному радиостанцией) почувствует, что ради него стараются, что ему наконец-то предложили большее, чем «положено»

фанатам популярных мелодий, на которых ориентированы почти все российские крупные музыкальные FM-радиостанции.

Бесконечные доказательства того, что система музыкальных жанров, выбранных существующими радиостанциями для трансляции на своих волнах, должна быть существенно расширена, можно найти везде: в соцсетях, опросниках и блогах наших соотечественников и некоторых знаменитостей, но тревожнее всего оказались результаты ответа на банальный запрос «Почему я не слушаю радио?» в любой поисковой системе.

Эти результаты наглядно показывают, что в самом обозримом будущем при нынешних музыкальных вкусах радиостанций, слушатель окончательно переключится на информационные станции или же не будет включать радио вообще.

ИСТОЧНИКИ:

1. [http:// brand-radio.ru/serv__idP_52_idP1_108.html](http://brand-radio.ru/serv__idP_52_idP1_108.html)
2. <http://fmradio-online.ru/>

3. <http://lex-kravetski.livejournal.com/58134.html>
4. http://otzovik.com/review_122379.html
5. http://otzovik.com/review_1686550.html
6. http://otzovik.com/review_2677836.html
7. http://otzovik.com/review_2751314.html
8. http://otzovik.com/review_2757577.html
9. http://otzovik.com/review_3324105.html
10. http://otzovik.com/review_454716.html
11. http://otzovik.com/review_4622377.html
12. http://otzovik.com/review_659747.html
13. https://yandex.ru/company/researches/2016/ya_radio

Полный список ФМ радиостанций Москвы.

Все жанры [Наша музыка](#) **Поп** [Рок](#) [Ретро Disco](#) [Топ 40 CHR](#) [Dance](#) [Электро](#) [Relax NewAge](#) [Классика](#) [Talk](#)

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Юмор FM - 88.7 | <input type="checkbox"/> Весна FM - 94.4 | <input type="checkbox"/> Монте-Карло - 102.1 |
| <input type="checkbox"/> Авторadio - 90.3 | <input type="checkbox"/> Радио RU.FM - 94.8 | <input type="checkbox"/> Радио Маяк - 103.4 |
| <input type="checkbox"/> Радио Культура - 91.6 | <input type="checkbox"/> Радио Звезда - 95.6 | <input type="checkbox"/> Максимум - 103.7 |
| <input type="checkbox"/> Говорит Москва - 92 | <input type="checkbox"/> Дорожное радио - 96 | <input type="checkbox"/> Moscow FM - 105.2 |
| <input type="checkbox"/> Дача - 92.4 | <input type="checkbox"/> Такси FM - 96.4 | <input type="checkbox"/> Love Radio - 106.6 |
| <input type="checkbox"/> Карнавал - 92.8 | <input type="checkbox"/> Детское радио - 96.8 | <input type="checkbox"/> РСН - 107 |
| <input type="checkbox"/> Восток FM - 94 | <input type="checkbox"/> Комсомольская правда - 97.2 | <input type="checkbox"/> Милицейская Волна - 107.8 |
| | <input type="checkbox"/> Шоколад - 98 | |
| | <input type="checkbox"/> Романтика - 98.8 | |
| | <input type="checkbox"/> Русский хит - 99.6 | |
| | <input type="checkbox"/> Best FM - 100.5 | |

Полный список ФМ радиостанций Москвы.

Все жанры [Наша музыка](#) [Поп](#) **Рок** [Ретро Disco](#) [Топ 40 CHR](#) [Dance](#) [Электро](#) [Relax NewAge](#) [Классика](#) [Talk](#)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Rock FM - 95.2 | <input type="checkbox"/> Наше радио - 101.7 |
| | <input type="checkbox"/> Максимум - 103.7 |
| | <input type="checkbox"/> Moscow FM - 105.2 |
| | <input type="checkbox"/> Хит FM - 107.4 |

Полный список ФМ радиостанций Москвы.

Все жанры [Наша музыка](#) [Поп](#) [Рок](#) **Ретро Disco** [Топ 40 CHR](#) [Dance](#) [Электро](#) [Relax NewAge](#) [Классика](#) [Talk](#)

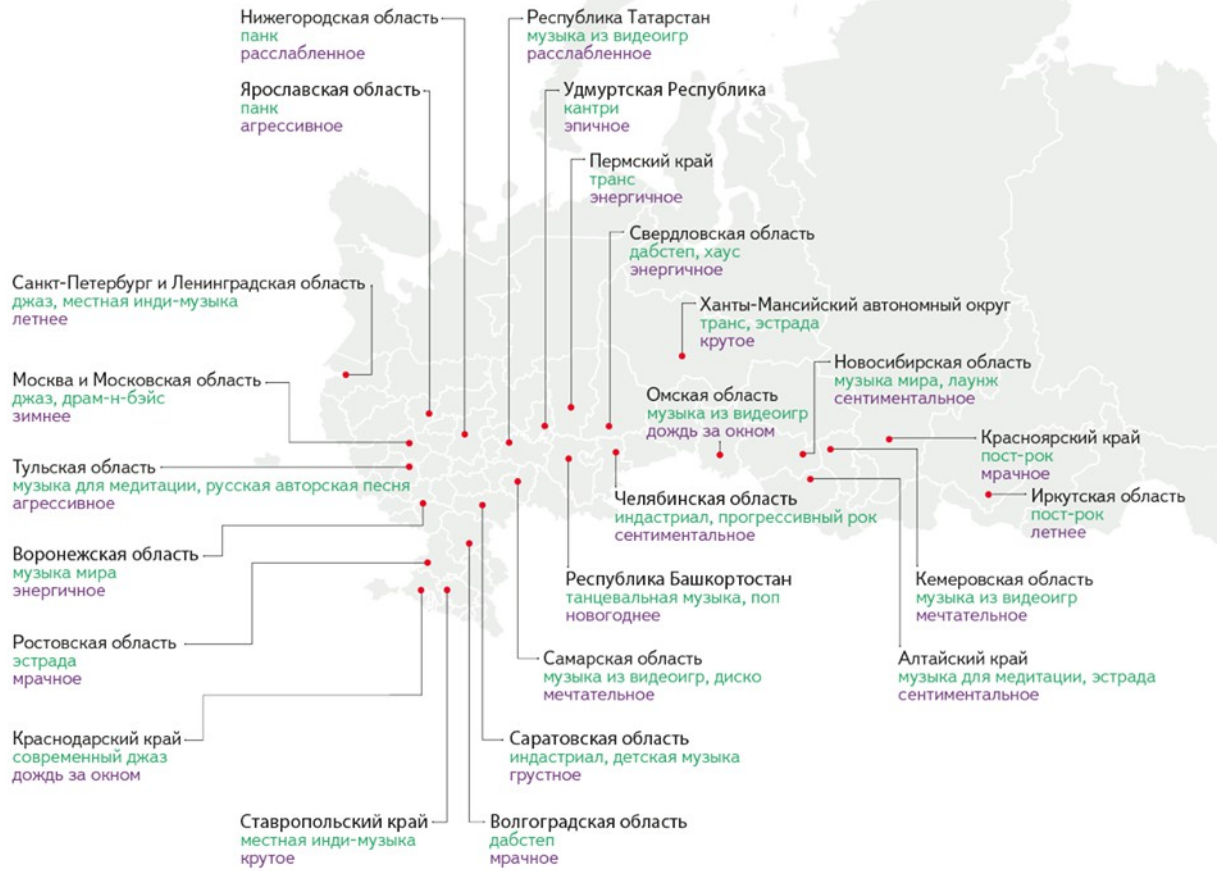
- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Авторadio - 90.3 | <input type="checkbox"/> Дорожное радио - 96 | <input type="checkbox"/> Монте-Карло - 102.1 |
| <input type="checkbox"/> Дача - 92.4 | <input type="checkbox"/> Best FM - 100.5 | <input type="checkbox"/> Хит FM - 107.4 |
| <input type="checkbox"/> Карнавал - 92.8 | | <input type="checkbox"/> Милицейская Волна - 107.8 |

ГЕОГРАФИЯ ЖАНРОВ И НАСТРОЕНИЙ

Показаны регионы, на которые приходится не менее 1% всех прослушиваний на Яндекс.Радио

джаз жанр, который в регионе выбирают чаще, чем в среднем по России

энергичное настроение, которое в регионе выбирают чаще, чем в среднем по России



ПО ДАННЫМ ЯНДЕКС.РАДИО, ЯНВАРЬ—ФЕВРАЛЬ 2016