

СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМАТЫ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ РАДИОСТАНЦИЙ УЗБЕКИСТАНА

Климентина Фузаиловна ИСМАИЛОВА

Кандидат филологических наук, доцент
Кафедра теории и практики международной журналистики
Факультет международной журналистики
Узбекский государственный университет мировых языков
Ташкент, Узбекистан

ЎЗБЕКИСТОН НОДАВЛАТ РАДИОСТАНЦИЯЛАРНИНГ ЗАМОНАВИЙ ФОРМАТЛАРИ

Климентина Фузаиловна ИСМАИЛОВА

Филология фанлари номзоди, доцент
Халқаро журналистика назарияси ва амалиёти кафедраси
Халқаро журналистика факультети
Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети
Тошкент, Ўзбекистон

MODERN FORMATS OF NON-GOVERNMENT RADIOSTATIONS OF UZBEKISTAN

Klimentina Fuzailovna ISMAILOVA

PhD
Department of Theory and Practice of International Journalism
International Journalism Faculty
Uzbekistan State World Languages University
Tashkent, Uzbekistan iroda_ismailova@mail.ru

UDC (УЎК, УДК): 654.191(4/9)

For citation (иктибос келтириш учун, для цитирования):

Исмаилова К.Ф. Современные форматы
негосударственных радиостанций Узбекистана
//Ўзбекистонда хорижий тиллар. — 2021.
— №1(36). — С.157–166

<https://doi.org/10.36078/1618990912>

Received: December 05, 2020

Accepted: February 13, 2021

Published: February 20, 2021

Copyright © 2021 by author(s).

Аннотация. Статья посвящена наиболее распространенному в теории и практике современного радиовещания понятию «формат», рассмотрению его как важного типологического признака отечественного и зарубежного эфира. Анализируя определения исследователей по поводу дефиниции «формат», автор предлагает свое толкование понятия, опираясь на сегодняшнюю практику негосударственных радиостанций. В публикации рассмотрены форматы негосударственных радиостанций, функционирующих в Республике Узбекистан, вопросы их возникновения и развития, системные признаки, типология, структурные особенности. Дана характеристика основным форматам отечественного негосударственного радиовещания. Исследуя эволюцию становления радиформатов Узбекистана, автор выявляет специфику форматирования отечественных радиостанций, отмечает влияние европейского и российского опыта на данный процесс, обозначает основные вехи пути радиоканалов республики в этом направлении. Убедительно показывается, что проблема «размывания» и неопределенности формата — это одна из существенных тенденций деятельности многих современных

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

негосударственных радиостанций, которая обусловлена как «борьбой за слушателя» в условиях ужесточающейся конкуренции, так и сугубо «коммерческими интересами» вещателей в условиях выживания. В итоге радиостанции теряют слушателей, снижается градус их популярности. В статье охарактеризованы форматообразующие признаки, позволяющие выделить ту или иную радиостанцию в ряду других, проанализированы факторы, способствующие удержанию своего формата радиоструктурами республики, исследованы тенденции функционирования форматов современного радиовещания страны. Особое место уделено вопросу переформатирования как тенденции развития современного радиорынка, показаны причины «смены формата» и его последствия.

Ключевые слова: радио; радиостанция; негосударственное радиовещание; формат; форматообразующие признаки; переформатирование; имидж; аудитория.

Аннотация. Мақола замонавий радиоэшиттириш назарияси ва амалиётида кенг тарқалган ҳамда маҳаллий ва хорижий радиожурналистиканинг муҳим типологик белги деб ҳисобланган "формат" тушунчасига бағишлан. Унда муаллиф тадқиқотчиларнинг "формат" тушунчага оид таърифларини ўрганиб чиқиб, замонавий нодавлат радиостанцияларнинг амалиётига асосланган ҳолда ўзига хос талқинини таклиф қилади. Мазкур мақолада Ўзбекистон Республикасида фаолият кўрсатаётган нодавлат радиостанцияларнинг форматлари, уларнинг пайдо бўлиши ва ривожланиши масалалари, тизимли белгилари, типологияси, тузилиш хусусиятлари таҳлил қилинган ҳамда маҳаллий нодавлат радиоларнинг мавжуд форматларига таъриф берилган. Муаллиф Ўзбекистондаги радио форматларнинг шаклланиш эволюциясини ўрганиш жараёнида республика радиостанциялари форматлашининг ўзига хос хусусиятларини очиқ беради, бу жараёнга Европа ва Россия тажрибасининг таъсирини қайд этади ва республика радиоканалларининг ушбу йўналишдаги асосий босқичларини белгилайди.

Кучаётган рақобат шароитида "тингловчи учун кураш" ҳамда радио узатувчиларнинг "тижорий манфаатлари" туфайли юзага келган радио форматларининг тез-тез ўзгариб туриши ва кўп ҳолларда ноаниқ бўлиб қолиши муаммоси кўплаб замонавий нодавлат радиостанциялар фаолиятидаги муҳим тенденциялардан бири эканлиги ва натижада радиостанциялар тингловчиларини йўқотиши, уларнинг рейтинг кескин тушиб қолиши намойиш этилмоқда.

Мақолада у ёки бу радиостанцияни бошқалар каторида ажратиб кўрсатишга хизмат қилувчи форматлаш хусусиятлари тавсифланмоқда, республика радио тузилмалари томонидан унинг форматини сақлаб қолишига ёрдам берувчи омиллар таҳлил қилинмоқда, мамлакатда замонавий радиоэшиттириш форматларининг таракқиёт тенденциялари ўрганилмоқда. Замонавий радио бозорининг ривожланиш тенденцияси сифатида қайта форматлаш масаласига алоҳида эътибор берилмоқда, "формат ўзгариши" сабаблари ва унинг оқибатлари тадқиқ қилинмоқда.

Калит сўзлари: радио; радиостанция; нодавлат эшиттириш; формат; форматлаш хусусиятлари; имиж; аудитория.

Abstract. The article is devoted to the most widespread concept of "format" in the theory and practice of modern radio broadcasting,

considering it as an important typological feature of domestic and foreign broadcasting. Analyzing the definitions of researchers regarding the definition of “format”, the author offers his own interpretation of the concept, relying on the current practice of non-state radio stations. The publication discusses the formats of non-state radio stations operating in the Republic of Uzbekistan, issues of their emergence and development, systemic features, typology, structural features. The characteristics of the main formats of domestic non-state radio broadcasting are given. Investigating the evolution of the formation of radio formats in Uzbekistan, the author reveals the specifics of the formatting of domestic radio stations, notes the influence of European and Russian experience on this process, and marks the main milestones in the path of radio channels of the republic in this direction. It is convincingly shown that the problem of “dilution” and uncertainty of the format is one of the essential tendencies in the activities of many modern non-state radio stations, which is caused both by the “struggle for the listener” in the conditions of tougher competition and purely “commercial interests” of broadcasters in the conditions of survival. As a result, radio stations are losing listeners and their popularity is declining. The article describes the formatting features that make it possible to single out one or another radio station among others, analyzes the factors that contribute to the retention of its format by the radio structures of the republic, investigates the tendencies of the functioning of the formats of modern radio broadcasting in the country. Special attention is paid to the issue of reformatting as a development trend of the modern radio market, the reasons for the “format change” and its consequences are shown.

Keywords: radio; radio station; non-state radio broadcasting; format; formatting features; reformatting; image; audience.

Следует сразу заметить, что без упоминания термина «формат» не обходится сегодня ни одна публикация, ни одно исследование, посвященные работе современных радиостанций. Это и понятно. Сегодня в мире наблюдаются два полярных процесса — активный рост форматов радиостанций, с одной стороны, и их профилизация — с другой. В условиях ужесточающейся конкуренции как за слушателей, так и за рекламодателей каждая радиостанция стремится усилить акценты вещания, выделяющие ее в системе себе подобных. В этой связи особую актуальность приобретает понятие «формат», которое, по мнению М.В. Фоминой «именно в сфере радиовещания является предметным, конкретным и определяющим формально-содержательные аспекты практической деятельности конкретной редакции, конкретного медиа, конкретного журналиста» (1). «Формат» можно понимать в широком и более узком смысле. В частности, в учебнике «Радиожурналистика» под форматом понимается «концепция радиостанции, включающая содержание, ритмы вещания, эстетические нормы программирования, манеру работы ведущих и другие специфические особенности организации передач, а также структурирование программных элементов в соответствии с потребностями целевой аудитории» (2, 208).

Е. Раскатова, рассматривая формат в более узком понимании, определяет его как «набор музыкальных и информационных направлений, используемых данной радиостанцией для привлечения и удержания определённой аудитории на её волне» (3, 23).

Говоря о форматах, чаще подразумевают стили музыкальных программ, их определенную направленность на

эстетические вкусы аудитории. Тем не менее, на наш взгляд, в понятие «формат» радиостанций следует включать и тип вещания. Это позволит не только наметить более конкретные подходы к направлению вещания, к программированию, определению тематики, но и, что самое главное, поможет удержать формат, а значит, и свой сегмент аудитории.

Коротко охарактеризуем основные типы современного радиовещания:

— *информационное вещание*, подразумевающее отсутствие в эфире музыки. Как правило, это «закольцованные» выпуски новостей с постоянным обновлением информации, рекламными вставками и короткими разговорными ток-шоу;

— *информационно-музыкальное*, где соотношение информации и музыки 70% к 30%;

— *музыкально-информационное*, где соотношение информации и музыки 30% к 70%;

— *музыкальное вещание*, где основное место занимает музыка и лишь 10–15% эфирного времени отведено под новостные блоки, рекламу и короткие рубрики.

В практической деятельности радиовещания термин «формат» применяют, главным образом, относительно к музыкальным радиостанциям. Российский журналист А. Бубукин определяет формат, как «стиль музыкальных радиопрограмм, призванный удовлетворять вкусы определенной целевой аудитории» (4, 15). В.А. Сухарева считает, что «формат — это концепция вещания станции, призванная привлечь определённую аудиторию с учётом ее социально-демографических, психотипических, поколенческих характеристик, стиля жизни и даже уровня духовного развития» (5, 72). Как видим, при определении целевой аудитории за основное берутся возрастные и социально-психологические характеристики слушателей. Именно эти два параметра, по мнению большинства исследователей и практиков, определяют музыкальные вкусы и пристрастия публики.

Мы полагаем, что основными формальными признаками, определяющими формат, являются стилистика звучащей в эфире музыки, соотношение количества «горячих» хитов и золотых шлягеров в часовой сетке вещания, оформление эфира (джинглы, миксы, лайнеры, рекламные гамаки и т.д.), манера работы диджеев или ведущих программ, внешняя форма подачи музыкального материала, его компоновка и микширование (делить песни джинглами или нет, микшировать резко «встык» или мягко «наплывом») и т.д.

Прежде чем перейти к анализу форматов радиовещания Узбекистана, определимся с терминологией оформительского аппарата современного радиоэфира. Тем более что в научной литературе до сих пор нет целостного исследования, посвященного рассмотрению современных составляющих звуковой «картины» эфира.

Важным компонентом так называемой звуковой «одежды» эфира являются *джинглы (jingles)*. Это пропетые одиночным или групповым вокалом позывные радиостанции. Различают следующие виды джинглов:

— *ID-jingle* — главный идентификационный джингл станции, ее часовой позывной.

— *Специальные характерные джинглы*, открывающие и закрывающие выпуски новостей, различные рубрики, авторские программы.

— *Линейные идентификационные джинглы*, напоминающие слушателю, на волне какой радиостанции он находится.

Не менее существенным элементом, определяющим формат радио, являются *лайнеры* — короткие фразы, выражающие основное направление вещания станции, подкрепляющие ее слоган.

Одним из основных форматных требований современного эфира, по нашему мнению, является достижение постоянного баланса в музыке, создание определенной матрицы, которую слушатель подсознательно ощущает и ожидает при настройке на определенную радиоволну. Поэтому при формировании структуры эфира большое значение придается составлению *миксов*, под которыми понимается последовательность песен между немusикальными включениями (новости, реклама, рубрики и т.д.). Принципиально важным моментом здесь является порядок следования категорий музыкальных композиций в миксах. Именно формат станции обуславливает чередование песен в миксах, особенно те ее категории, которые помещаются в позиции *опнеров* (первая композиция микса, представляющая лицо радиостанции и являющаяся имиджевой).

Обязательным элементом оформления эфира, ярко стилиобразующим формат радиостанции являются также *рекламные гамачки*. Это специальные джинглы или ролики со звуковым логотипом радио, обрамляющие рекламные блоки.

Таким образом, каждая станция имеет рабочий пакет формальных (идентификационных) и художественных программных элементов, «работающих» на создание определенного имиджа радиоканала. Как правило, этот базовый пакет находит отражение в концепции вещания станции и определяет ее формат. В общем описании формата указывается тип вещания, стилистика музыкального наполнения, приводится характеристика обязательных элементов оформления эфира, особенностей его ведения и т.д. Следует особо подчеркнуть, что конкретное и четкое обозначение содержательных и оформительских элементов эфира в концепции вещания канала способствует удержанию формата и формированию в сознании аудитории устойчивого имиджа радиостанции.

Исследование практики современных радиостанций Узбекистана показало, что ими используются следующие форматы:

1) *AC (Adult Contemporary)* — современная музыка для взрослых. Самый распространенный и широкий формат. Его основная целевая аудитория — 25–45 лет. Поскольку аудитория AC чрезвычайно диверсифицирована, этот формат больше других подвергся фрагментации. Коротко охарактеризуем субформаты данного музыкального формата:

— *Soft AC* — мягкий AC с преобладанием спокойных, лирических песен и относительно малым количеством «горячих» хитов;

— *Hot AC* — жесткий AC с преобладанием более ритмичной музыки и чуть большим количеством «горячих» хитов.

Такой формат, в частности, применяют радиостанции «Oriat-FM», «Пойтахт», «Водий садоси». Только первые две используют, главным образом, *Soft AC*, а третья — *Hot AC*. Как уже говорилось, AC занимает сильные позиции в возрастной группе 25–45-летних. Это люди, которые располагают значительными доходами, а значит, представляют интерес для рекламодателей. Поэтому станции формата AC, отдавая предпочтения современным стандартам поп-

музыки (начиная с 70-х годов), исключают из плей-листа рэп и режущее ухо музыкальные стили — тяжелый рок, металл-рок и т.д.

Но и здесь есть свой нюанс. Радиостанции «Oriat-FM» и «Пойтахт», используя Soft AC, придерживаются различных градаций музыкальных композиций. Если на «Пойтахт» границы музыкального формата несколько размыты, а в подборе музыкального материала и в расстановке его в плей-листе наблюдаются достаточно резкие разбросы, то музыкальная политика радио «Oriat-FM» четко выдержана, она ориентирована на интеллигентных людей, способных оценить качественную музыку.

2) *CHR (Contemporary Hit Radio)* — современное хитовое радио с молодежной целевой аудиторией. Здесь также можно выделить несколько субформатов:

- CHR/Pop — преобладание хитов в стиле поп;
- CHR/Rhythmic — ритмичная танцевальная музыка;
- Modern Rock oriented CHR — композиции в стиле «современный рок» и «поп-рок».

Музыкальный формат CHR в Узбекистане довольно-таки долго использовался радиостанциями «Сезам», «Аъло FM». Основной контингент слушателей данного формата — 14–20-летние, хотя с конца 90-х годов наблюдается некоторое расширение целевой аудитории. Как и AC, формат CHR также претерпел за последние годы существенную трансформацию. «Раскрутка» в эфире нового имиджа радиостанции «Гранд» показывает, что сегодняшнее *Contemporary Hit Radio* — это танцевальная музыка и энергичные поп-рок композиции. Современный CHR характеризуется быстрым темпом, насыщенным и плотным звуком, призванным, на наш взгляд, удерживать молодых слушателей от попыток переключиться на другую радиочастоту.

3) Формат *AOR — Album Oriented Rock/Adult Oriented Rock* (рок-музыка из альбомов). Зачастую это не широко известные хиты, а признанные специалистами музыкальные шедевры. Композиции на таких станциях выбираются особенно тщательно, а оформление их в подборки требует определенной музыкальной подготовки и культуры. AOR-формат характеризуется мягкой и ненавязчивой работой ведущего эфира. Стиль модерирования эфира в данном формате — интеллигентный, лаконичный, сдержанный. Представителем формата *AOR* в Узбекистане является радио «Махима».

Сегодня в мире насчитывается более 100 радиоформатов. Наиболее «востребованными» из них являются *NAC/Smooth Jazz* (мягкий джазовый формат); *EZ (Easy Listening)* — фоновый, ненавязчивый формат с расслабляющей, успокаивающей музыкой; *News* (чисто информационный формат с преобладанием новостей); *Talk* (разговорное радио); *News/Talk* (новости +ток-шоу). В Узбекистане ни один из этих форматов в чистом виде не используется. На наш взгляд, это объясняется, прежде всего, тем, что чисто информационные и сугубо разговорные радиоформаты требуют больших материальных затрат, в три — четыре раза большего числа сотрудников и бюджета, нежели радиостанции, строящие свое вещание исключительно на музыке либо придерживающиеся смешанных форматов.

Чтобы выжить в современных условиях, радио должно постоянно меняться. Если в 80-е, 90-е годы минувшего столетия еще были радиостанции, вещавшие на широкую публику («Машгал»,

«Узбекистон»), а музыка на любителя («джаз», «ритм-энд-блюз») практически отсутствовала, то с конца 90-х годов радиостанции республики столкнулись с необходимостью выбора специализации. Это отвечает современным тенденциям развития и глобализации мировой радиожурналистики.

Сегодня из 16 функционирующих в Узбекистане негосударственных радиостанций, большая часть которых сосредоточена в столице республики, немалая часть работает в музыкально-информационном формате: «Водий садоси», «Гранд», «Узбегим таронаси» и др.

Сугубо музыкальный формат сегодня на радиорынке республики представлен радиостанцией «Классик FM». Здесь во главу угла ставится музыка, остальные программные элементы как бы уходят на второй план. Музыкальное наполнение станции больше схоже с форматом Nostalgia. Рекламные ролики включены в сетку вещания, они органично вкраплены в музыкальный поток, но не объединены в специальные блоки. Радиостанция функционирует в pop-stop режиме, т.е. без ведущего.

Приверженцем формата National Hit в Узбекистане является радио «Узбегим таронаси». Станция передает исключительно национальную поп-музыку. Учитывая, что радиостанция имеет собственную весьма популярную и прибыльную студию звукозаписи «Тарона рекордс», в ее эфире в основном звучат премьеры песен — узбекских шлягеров и «горячие хиты». Радио «Узбегим таронаси» весьма популярно, музыкальные новинки часто сопровождаются интервью со звездами отечественного шоу-бизнеса, исполнителями, композиторами, поэтами-песенниками, клипмейкерами.

Информационно-музыкальному формату старается соответствовать радиостанция «Пойтахт», главным компонентом вещания которой стали новости и другие информационные материалы. Структурирование программных элементов здесь осуществляется на приоритетах информирования аудитории, музыка является лишь дополнением к речевым блокам. В течение дня передается около 50 новостных выпусков.

Тип специализированного форматного радио в узбекистанском эфире представляет «Автордио». Это типично «дорожная» радиостанция с характерной для нее коммуникационной атрибутикой: информацией о состоянии дорог, тематическими рубриками для автомобилистов, легкой, ритмичной музыкой. Узкая функциональность и определила, на наш взгляд, успех станции.

В работе коммерческого вещания Узбекистана просматриваются тенденции, характерные для европейского и российского радио на стадии их становления: расчет на узкий и более широкий формат вещания, поиск собственных подходов к освоению того или иного формата. Последняя тенденция характеризуется изучением и адаптацией лучшего опыта, накопленного зарубежными радиоструктурами за прошедшие десятилетия, разработкой собственных методов установления и поддержания информационного контакта с аудиторией.

Откликаясь на веяния времени, в частности на меняющиеся запросы аудитории и конкуренцию в эфире, некоторые частные радиостанции стали работать над расширением формата, обогащением содержания новыми программными элементами. «Oriat Dono», «Навруз FM», например, наряду с традиционными для коммерческого

радио программными блоками — музыкальным, развлекательным, новостным и рекламным — стали активно включать материалы общественно-политического и художественно-публицистического характера, социально значимые тексты. Достаточно назвать цикл программ духовно-просветительского характера «Зиё чашмаси» («Цветник просвещения»), «Хикматли дунё» («Мудрый мир»), «Маком» и др.

Актуальные рубрики о проблемах наркомании, культурные обозрения, авторские, личностные передачи об истории республики, спорте выгодно выделяют и станции «Oriat-FM», «Водий садоси» в ряду других каналов коммерческого радио. Примечательно, что «Oriat Dono», «Oriat-FM», «Навруз FM», «Гранд», «Водий садоси» смогли стать альтернативой государственному радио, творчески преобразуя его лучшие традиции и формы, одновременно эффективно используя свои подходы к аудитории.

Таким образом, по нашему мнению, в развитии негосударственного сектора радиовещания Узбекистана можно обозначить три этапа. На первом — возникающие радиостанции имели неограниченные возможности для экспериментов с любыми группами слушателей. На втором — осуществлялась их специализация, когда станции в поиске своих слушателей шли на локализацию форматов. Третий период (который продолжается и поныне) можно определить как «социализацию». Он характеризуется расширением тематического спектра программ, разнообразием форм общения с целевой аудиторией, большей включенностью слушателей в работу в эфире.

К настоящему моменту в Узбекистане еще нет частной радиостанции, которая могла бы конкурировать с государственным радио в национальном масштабе. Попытка создания коммерческого радио по сетевой модели предпринималась станцией «Водий садоси» (принимается в трети областях республики). Но даже концентрация ресурсов на освещении событий местного характера, вещание на трех языках (узбекском, русском, английском), наличие своих корреспондентов в Ферганской долине не обеспечили пока еще выход радиостанции на общенациональный уровень.

Примечательны попытки радиостанции «Oriat Dono» в продвижении своего формата на общенациональном уровне. Начав вещание в Ташкенте, станция постепенно расширяет охват передачами регионы республики. Сегодня контент эфира радио «Oriat Dono» доступен не только жителям столицы и ее пригородов, но и населению Ферганской долины, г. Бухары и Бухарской области.

Одна из проблем негосударственного радио в стране, как нам видится, заключается в неумении удерживать формат радиостанции в заданных параметрах. Так, радиостанция «Пойтахт» с первого дня выхода в эфир, заявив о себе как муниципальное радио, как информационная вещательная служба, со временем увеличила музыкальное наполнение эфирного дня и разнообразила программный стандартным набором легковесных развлекательных рубрик. Практика показывает, что радиостанция, создавшая у слушателя привычку «на себя», получает его, как правило, надолго, если не совершает кардинальных перемен в содержании и стиле общения. Узнаваемость станции, соответствие ее выбранному формату приобретает особое значение еще и потому, что в условиях республики, когда некоторые радиостанции буквально «наложены» (из-за близости частот) в звучании друг на друга, настроиться на волну полюбившегося радио не

всегда бывает просто. «Размывание» же формата свидетельствует не только о нечеткости концепции радиостанции, но и о непрофессионализме ее сотрудников, не способных удержать «свою» аудиторную нишу и оправдать доверие «своих» слушателей.

Конечно, станция может поменять формат, если ее привлекает более выгодный сегмент рынка или если кардинально меняются интересы и потребности аудитории. Здесь же речь идет о четком следовании руководства станции форматной политике.

Сегодня радиостанции Узбекистана функционируют в условиях здоровой конкуренции. Небольшой спектр форматов вполне компенсируется разнообразием программ, широким внедрением в вещание форм прямого эфира, новыми интерактивными методами работы с аудиторией. Постепенно входят в практику совместные творческие акции негосударственных радиостанций. Так, стало хорошей традицией в дни праздника Навруз в эфире одноименной радиостанции проводить своеобразный радиомарафон с участием ведущих столичных коммерческих радиослужб с включением в программу их радиосюжетов, поздравлений, авторских программ. Кроме того, фактически всеми FM-радиостанциями столицы осуществляются проекты Национальной Ассоциации электронных СМИ Узбекистана (НАЭСМИ) — специальные информационные выпуски. На протяжении последних двух лет таким проектом является информационная рубрика «O'zbekiston online». Контент этих выпусков составляют информационные материалы, подготовленные корреспондентами негосударственных радиостанций. Как показала практика, это хороший способ не только разнообразить информационное поле вещания радиостанций, но и активизировать состязательность их корреспондентского корпуса в плане проявления оперативности, демонстрации профессионализма.

Таким образом, можно заключить, что радиорынок Узбекистана не отличается большим разнообразием форматов. Сугубо музыкальные форматы вследствие широкого распространения ipod, iphone, smartphone постепенно уступают место информационно-музыкальным и разговорно-музыкальным форматам. И это оправданно, так как аудитория испытывает все большую потребность в емкой сбалансированной информации, передачах с высоким потенциалом аналитического начала, интерактивных формах вещания.

В последние годы в республике появились новые негосударственные радиостанции, такие как «Рухсор», «Нукус FM». Тем не менее в радиоиндустрии остаются незанятые ниши. Отсутствует спортивное радио, радиостанции для детей и женщин, по-прежнему актуальна востребованность в радиостанции делового профиля.

Изучение тенденций развития современного радиовещания в мире показывает, что во многих странах с развитой системой вещания происходит переформатирование, т.е. смена существующего формата и замена его на новый. Основной причиной этого процесса служит экономический фактор, а также модификация привычек и потребностей аудитории. Редко, но встречается воздействие на переформатирование радиостанции творческих факторов: численность кадров, их специализация, творческие возможности.

В Узбекистане явного процесса переформатизации не наблюдается. Модифицируются лишь некоторые форматообразующие признаки, такие как звуковой дизайн, работа ведущих в эфире, приемы

взаимодействия с аудиторией. Но это неизбежный в условиях конкуренции процесс. Ведь меняется радиосреда, меняется аудитория. Пока же приходится констатировать непрекращающееся взаимопроникновение и взаимовлияние форматов в радиовещании Узбекистана, появление станций смешанных форматов. И здесь нельзя не сказать о влиянии коммерческих факторов. Формат предполагает уникальность имиджа радиостанции, в то время как коммерциализация диктует частным радиостанциям в целях охвата большего числа слушателей отдавать предпочтение массовости в ущерб индивидуальности.

Законы рынка, борьба за выживание вынуждают некоторые радиостанции республики подстраиваться под вкусы и пристрастия аудитории. И только тем из них, кто последовательно проводит свою философию вещания, четко придерживается своего формата, удастся не только сохранить свою аудиторию, но и грамотно организовав эфир, привить ей новые ценности, сформировать высокохудожественный вкус и социально-значимые убеждения.

Использованная литература

1. Фомина М.В. Особенности трансформации российского регионального радиовещания в современных условиях: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2012. /<http://cheloveknauka.com/osobnosti-transformatsii-rossiyskogo-regionalnogo-radioveschaniya-v-sovremennyh-usloviyah>
2. Радиожурналистика. Под ред. А.Шереля. учебник для высших учебных заведений. М.: Моск. гос. ун-т, 2000. — 267 с.
3. Раскатова Е. «Формат» в радиовещании как термин и как понятие.// Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2003. №. 5-6 (40-41). —С. 22-28.
4. Бубукин А. Эфирные тайны. Новосибирск: FM-реклама, 2003. — 148 с.
5. Сухарева В.А. Что такое "формат"? Или искусство массовой кулинарии// Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 6. — С.70-78.

References

1. Fomina M.V., available at: <http://cheloveknauka.com/osobnosti-transformatsii-rossiyskogo-regionalnogo-radioveschaniya-v-sovremennyh-usloviyah> (Moscow, 2012)
2. *Radiozhurnalistsika* (Radiojournalism), Moscow: Mosk. gos. un-t, 2000, 267 p.
3. Raskatova E., *Akcenty. Novoe v massovoj kommunikacii*, 2003, No.5-6 (40-41), pp. 22-28.
4. Bubukin A. *Jefirnye tajny* (Ethereal Secrets), Novosibirsk: FM-reklama, 2003, 148 p.
5. Suhareva V.A., *Vestn. Mosk. un-ta, Ser. 10. Zhurnalistsika*, 2010. No. 6, pp. 70-78