

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/236223>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Журналистика

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1 ФОРМАТЫ ПЕРЕДАЧ НА МУЗЫКАЛЬНОЙ РАДИОСТАНЦИИ.6	
1.1 Формат радиопередачи: общая характеристика.....	6
1.2 Типологический анализ, как метод классификации радиальных передач.....	19
1.3 Основные типы передач на музыкальной радиостанции.....	31
ГЛАВА 2 УТРЕННЕЕ ШОУ, КАК ОДИН ИЗ ВИДОВ МУЗЫКАЛЬНЫХ РАДИОПРОГРАММ.....	48
2.1 Радио Брежнев FM – история.....	48
2.2 Типологическая характеристика радио Брежнев FM.....	51
2.3 Музыкальные программы на радио Брежнев FM.....	57
Выводы.....	61
ГЛОССАРИЙ.....	64

ВВЕДЕНИЕ

С момента появления человечества музыка всегда была неотъемлемой частью его существования и культурного самоопределения. Благодаря технологическим инновациям проникновение музыки в жизнь современных людей максимально возможно: человек становится потребителем музыки везде и в любой форме. Радио является одним из самых важных и незаменимых ресурсов для распространения музыки и музыкальной культуры в мире.

Становление радио началось с развития современных музыкальных жанров (программы, концерты). История музыкального радиовещания в России XX века неразрывно связана с развитием радио в целом. С момента появления радио в общественно-политической жизни страны произошли глобальные изменения в системе отечественных СМИ.

Последствия коммуникационной и цифровой революции и появление новых технологий в сфере массовых коммуникаций наглядно проявляются в состоянии музыкального радио.

Дерадикализация, децентрализация, коммерциализация, глобализация и не классификация отечественного вещания, а выход в радио профессиональной журналистики (особенно музыкального радио вещания) - все эти факторы являются ключевыми факторами современного развития музыкального радио.

Несмотря на свою политическую картину, музыкальное радиовещание часто применялось для продвижения политического курса, выбранного государством. Превращение российского музыкального радио в крупный бизнес-проект, в процессе слияния с шоу-бизнесом повлияло на содержание современного музыкального радио через музыкальные программы, а также качество и количество музыкальных радио программ постоянно снижается.

Актуальность выбранной темы данной дипломной работы заключается в том, что сейчас многие современные радиостанции свели музыкальные программы к простому "заказу от радиослушателей" или к ротации исполнителя, который хочет раскрутить свой хит. "Радио России" в этом отношении отличается от радиостанций на FM-волне. На Радио России много оригинальных программ, со многими программами сотрудничают известные музыканты и музыкальные критики. В этих программах много аналитики, личных мнений авторов программ, музыкантов, которые приходят в студию, радиослушателей.

Книги и статьи о музыке на радио советской эпохи посвящены принципиально другим моделям демонстрации музыкальных произведений, которые можно отнести к жанру музыкальной критики больше, чем к научным исследованиям. В научной литературе до сих пор нет общепринятого определения музыкального радиовещания.

Более полное изучение музыкального телевидения невозможно без учета юридической стороны.

Музыкальное телешоу, как предмет авторского права занимает особое место в правовом регулировании, так как с 1 января 2008 года введены новые нормы в сфере интеллектуальной собственности. Кроме того, музыкальный контент является одним из самых сложных объектов, которые можно включить в радио – шоу радио Брежнев FM.

Объект исследования – музыкальное радиовещание.

Предмет исследования – типология музыкальных программ.

Цель данной дипломной работы – изучить типологию музыкальных передач на музыкальном радио Брежнев FM.

Задачами, исходя из цели, будут следующие:

1. Рассмотреть понятие «музыкальная радиопередача».
2. Выявить виды и типологию музыкальных программ на радио.
2. Рассмотреть классификацию музыкальных программ.
3. Проанализировать типологию утреннего шоу на радио Брежнев FM.
4. Сделать краткий анализ структуры и характеристики утреннего шоу радио Брежнев FM.

Теоретическая база исследования представлена различными работами. К ним относятся: сборник "Телевидение и радио: история и современность" под редакцией Ю. А. Вартановой, Я. Н. Засурского, Г. В. Кузнецовой, Т. А. Курышевой, Е. В. Советкиной, Б. Я. Цвика, Я. Н. Засурского, А. Г. Качкаевой. Аспекты программы музыкального радиовещания, отраслевые документы по отрасли анализируются в работах В.В. Егорова, А.А. Новикова, Е. Ю. Поберезникова. Организационная проблема музыкального радиовещания рассматривается Е. Я. Вартановой, И. Н. Кемарской, В. В. Падейским.

Эмпирической базой исследования послужили архивы и радиопрограммы и трансляция современных станций таких, как Русское радио, Радио Брежнев FM, Новая волна. Выпуски за 2021 год.

Методы исследования включают системный подход, фактический и исторический анализ, функциональный анализ, сравнительный и типологический анализ.

Практическая значимость работы заключается в том, что мы узнаем больше о радио Брежнев FM, а также рассмотрим музыкальные программы на данном радио, выявим их разнообразие. И, это поможет повысить уровень эрудиции в области радиожурналистики. Кроме того, учеба сможет помочь в профессиональном вопросе. А также работа может быть использована преподавателем на лекциях и практических занятиях, и будет представлена нами на научно-практических конференциях.

Структура курсовой работы. Работа состоит из введения, двух глав, шести параграфов и заключения.

Введение – выявлена актуальность, цель, задачи исследования.

Первая глава – проводится исследование теоретических аспектов формата радиопередачи, типологический анализ и основные типы передач на музыкальной радиостанции.

Вторая глава посвящена изучению радио Брежнев FM, типологической характеристики радио Брежнев FM, а также музыкальные программы на радио Брежнев FM.

ГЛАВА 1. ФОРМАТЫ ПЕРЕДАЧ НА МУЗЫКАЛЬНОЙ РАДИОСТАНЦИИ

Радио, как неотъемлемая часть жизни общества существует уже довольно давно. Создателем первой успешной системы обмена информацией с помощью радиоволн (радио-телеграф) является итальянский инженер Гульельмо Маркони (1895) [2, с 9].

Программная политика любой коммерческой радиостанции является наиболее важным фактором ее успеха. Современные радиостанции стараются транслировать новости и музыку, которые привлекут как можно больше слушателей, в чем заинтересованы рекламодатели. Одним из наиболее распространенных терминов в современном радиовещании является "формат".

В данной главе сосредоточимся на формате радиостанции, то есть формате вещания, и кратко опишем наиболее популярные. Будут рассмотрены основные аспекты, по которым классифицируют формат радиопередачи разные авторы.

1.1. Формат радиопередачи: общая характеристика

На самом деле существует определенная система классификации, а также аспекты радиоконтента [2, с 11]. Чаще всего форма радиостанций делится на 4 направления:

- способ вещания;
- форма собственности;
- тип радиовещания;

- форма вещания.

Серии музыкальных направлений возможно услышать в передачах определенных радиостанций, но в 70-х годах, с появлением форматов "новости" и "разговор", содержание понятия "формат" также было изменено. С тех пор это стало означать принцип программирования всего вещания радиостанций.

В настоящее время существует более 100 различных форматов, и процесс создания новых принципов программирования, а, следовательно, и новых форматов, продолжается. В знаменитом учебнике А. А. Шереля "Радиожурналистика" говорится: "Формат - это содержание, ритм вещания, эстетические нормы программирования, то, как работает ведущий, другие особенности организации вещания.

Фактически, формат - это выбор и расположение элементов программы (часто музыкальных записей) для того, чтобы станция могла привлекать и удерживать заинтересованные сегменты аудитории" [2, с 13].

А. В. Бубукин, директор регионального вещания "Авторadio", считает: "Формат - это стиль радиoproграммы, разработанный с учетом предпочтений ее целевой аудитории.

Основными критериями определения формата являются стиль музыки, звучащей в эфире, и изображение эфира" [6, с 32]. В учебнике "Система российских средств массовой информации" под редакцией Я. Н.

Засурского понятие "формат" представлено следующим образом: "Конкретная программа по жанру, тематическим и другим характеристикам, рассчитанная на соответствующую аудиторию" [9, с 18].

Слушатели "уходят" на другую волну, интерес к таким радиостанциям снижается, возникают финансовые трудности, возникают противоречия с учредителями радиостанций. В зависимости от целей, поставленных перед радиостанцией, правильное определение сегмента аудитории позволяет правильно и грамотно выстроить формат радиостанции. Давайте предположим, что это коммерческая радиостанция, и ее цель - получать прибыль от продаж рекламного времени.

Естественно, основным сегментом аудитории таких радиостанций является потребитель рекламы, то есть правильно структурированная форма, учитывающая психологические, вкусовые, потребительские и другие особенности населения, которое способно покупать рекламируемые товары и услуги, привлечет именно эту часть аудитории и заинтересует рекламодателей. В конце концов, рекламодатель в основном ориентирован на радиостанции, которые слушает большинство его потенциальных клиентов, а не на те, которые ему нравятся [2, с 16].

Нередко приходится сталкиваться с такой ситуацией, когда формат вещания радиостанции построен на вкусе основателя: нашему основателю нравится такая музыка, а это значит, что такую музыку слышат 90%, и ему интересна такая информация.

Ещё одной распространенной ошибкой, когда радиостанция определяет формат вещания, является незнание характеристик целевой аудитории. Здесь важно все: во сколько слушатель просыпается, во сколько он выходит из дома, во сколько работает, когда и как отдыхает, чем он интересуется, что его волнует [2, с 17].

Аудитория - это реальные люди, и у них есть свои потребности. Если радиостанция заинтересована в том, чтобы слушатель был как можно ближе к радио, то при построении формата всех этих "мелочей" радиостанция должна жить в том же ритме, что и слушатель, жить с его проблемами и заботами, понимать его потребности. И, слушатель, как хороший друг, захочет слушать радио постоянно [2, с 19].

Многие редакторы радиостанций считают, что музыка в эфире нужна, поскольку привлекает большую аудиторию. Оказывается же, что музыка в данном случае беспокоит слушателей старшего возраста, и передачи раздражают молодежь, это мнение ошибочно, потому что оно было доказано на опыте.

И, если радиостанция раздражает, слушатель вряд ли будет возвращаться на эту волну снова и снова.

Однако, редакторы, которые интуитивно и неосознанно определились с музыкальным форматом радиостанции, выстроили в соответствии с ним все остальные составляющие формата, но такой путь, как правило, оказывается слишком долгим и безошибочным. Вы можете продолжить список ошибок, связанных с формированием радиостанций. Но все они основаны на одной и той же причине: не до конца понимая понятие "формат" со всеми компонентами и способом взаимодействия и взаимного влияния компонентов [6, с 13].

Формат радиостанций можно разделить на следующие составляющие:

1. Музыкальная форма.
2. Информационная форма.
3. Публичная форма.

Музыкальные произведения, которые звучат на радио. Обратите внимание на звук в музыкальном блоке между трансляциями. Давно разработаны известные схемы для музыкальных радиостанций, которые часто называют форматом радиостанций. Большая часть этих планов пришла в российские радиопередачи с

Запада. Например: "Формат AC" - это современная музыка для взрослых (одна из самых популярных схем на российских музыкальных радиостанциях).

"Формат GHR" - так же только самые популярные хиты. При изучении современного радиовещания можно легко найти десятки разработанных схем подбора музыки для данного типа радиостанций [9, 29].

Кстати, следующий элемент музыкального формата, на который мало кто обращает внимание, - это выбор программ о музыке и музыкантах, от чартов до творческих портретов.

Во-первых, правильный выбор таких передач позволяет радиостанциям вносить разнообразие в музыкальную палитру передач. Давно отмечено, что радиостанции, ориентированные на популярную поп-музыку, успешно реализуют программы о джазе и классике. Ведь, после сладкого часто хочется чего-нибудь соленого [9, с 28].

Во-вторых, это дает вам возможность подчеркнуть вашу приверженность определенному музыкальному направлению. Здесь всегда срабатывает эффект ожиданий: если радиостанция позиционируется как поклонница "советского" рока, то программа о группе "Воскресенье" или интервью с Андреем Макаревичем не нужны.

Таким образом, первая составляющая формата радиостанции включает в себя музыкальные произведения, которые звучат в музыкальном блоке, музыкальное оформление радиостанции, подборку программ о музыке.

Современные радиостанции постоянно борются за свою аудиторию, занимая свою нишу и стремясь быть конкурентоспособными в достаточно жестких рыночных условиях. В результате требуется тщательное медиапланирование, детальная проработка содержания и структуры радиопрограмм [9, с 29].

Понятие "формат" активно используется в последнее время, поэтому четкого и устоявшегося определения нет. Некоторые исследователи, рассматривая это явление, выделяют такие аспекты, которые характерны для радиодискурса.

В частности в научных работах А. А. Шерел "в соответствии с содержанием, ритмом вещания, эстетическими нормами программирования, тем, как работает ведущий, другими специфическими функциями организации вещания и потребностями субъекта".

Е. Р. Раскатова рассматривает формат с двух точек зрения [9, с 34].

1. Один из них - более широкий - определяет формат как систему формирования творческой концепции вещания, ориентированной на определенный сегмент аудитории.

В узком смысле формат - это набор музыкальных и информационных направлений, которые радиостанции используют для привлечения определенной аудитории [9, с 34].

В. А. Сухарева высказывает мнение, что "данный формат представляет собой концепцию вещания станции, рассчитанную на привлечение определенной аудитории с учетом ее социально-демографических, психологических, поколенческих особенностей, образа жизни и даже уровня умственного развития". Основным критерием для определения формата является стиль музыки, звучащей в эфире, и имидж радиостанции, в основном зависящий от многих факторов, таких как музыкальное оформление трансляции, а именно джингл, музыкальная заставка и шум, стиль ди-джеев и основных музыкальных программ, форма представления музыкального материала, его компоновки и микширования.

В зависимости от выбранных параметров исследователи предлагают различные классификации форматов радиостанций. Поэтому очень популярна американская теория формата, в основном учитывающая такие показатели, как возраст, пол, социальный статус субъекта, музыкальное оформление трансляции, работа ведущего.

В целом можно выделить следующие типы трансляций радиостанций:

1. Информация - В эфире практически нет музыки: обычно это "зацикленные" выпуски новостей, реже короткие ток-шоу с постоянными обновлениями информации и рекламными вставками [9, с 38].

2. Информация и музыка - предполагает следующее соотношение музыки и информации: 60-70% информации, 30-40% музыки; большинство государственных и некоммерческих частных радиостанций не являются точными в отношении информации и музыки.

3. Музыка-информация - Имеет противоположное соотношение информации и музыки: 30-40% информации и 60-70% музыки %.

4. Музыка - объем информации об этом типе радиостанций, включая короткие заголовки и выпуски новостей, не превышает 10-20% эфирного времени.

Музыкальная информация и музыкальные радиостанции, в свою очередь, могут быть указаны в соответствии с транслируемой музыкой (современная танцевальная музыка, ретро-хиты, отечественный рок) и целевой аудиторией (с учетом возраста, пола, рода занятий, социального статуса).

Отдельно исследователи недавно выделили все более популярный разговорный формат среди отечественных радиостанций. Радиостанции можно разделить на широкопрофильные станции, широкопрофильные информационные станции, деловые, культурные, образовательные, спортивные, детские, развлекательные, юмористические.

Важно учитывать, что представленная классификация представляет собой очень обобщенную модель, которая может быть уточнена с помощью целого ряда параметров. В чистом виде формата не существует, но сейчас это смесь различных элементов.

Очевидно, что формат радиостанций может быть похожим, но каждая радиостанция стремится быть узнаваемой и запоминающейся, оригинальной. Для этого детально создается структура индивидуальной программы, оригинальность целевой аудитории, задачи, темы, жанры. Поэтому мы считаем целесообразным применять термин "формат" не только к радиостанциям, но и к другой радиопрограмме [9, с 42].

Следовательно, для того, чтобы иметь возможность наиболее подробно определить детали конкретной программы, выделяют следующие формирующие функции:

Название радиопередачи. Это самая важная особенность. Название программы точно такое же, как то, что слушатель запоминает первым. Именно поэтому при разработке названия программы акцент делается на языковую игру, ассоциативность, доступность для понимания, актуальность и приятное звучание. В этом контексте двусмысленные слова часто используются в названиях, которые приобретают совершенно новый оттенок значения [8, с 24].

Новостные репортажи. Характер подачи новостного репортажа во многом определяет формат радиостанции, и во многом он изначально был задан установленным форматом. Таким образом, новости информационной радиостанции являются официальными, а сообщение содержит информацию о политических, экономических и социальных событиях страны и мира. Очень редко можно услышать официальное сообщение на радиостанции в

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бубукин А. А. Какое радио мы слушаем? // Показать мастеру [Текст]. 2000. № 1 -с. 11
2. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио, телевидения. М., 2018.124с.
3. Бернадская Ю.С. Основы рекламы [Текст]: учебник для студентов вузов / Ю.С. Бернадская [и др.]; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 351 с. - (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01252-0.
4. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран [Текст]. - М.: Аспект Пресс, 2013. - 335 с.
5. Васильева Л.А. Создание новостей [Текст]: учебное пособие. - М.: Аспект Пресс, 2017. - 117 с.
6. Гаймакова Б.Д., Макарова С.К., Новикова В.И., Оссовская М.П. Мастерство исполнения радиопередач [Текст]. - М.: "Аспект-Пресс", 2014. - 283 с.
7. Горохов В. Основы журналистского мастерства [Текст]. - М., 1989.
8. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст]: « М.: Издательство «Финпресс», 2003. - 496 с.
9. Готлиб А.С. Введение в социологическое исследование: качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / А.С. Готлиб. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Флинта, 2014. – 382 с.
10. Денин А. В. Система цифрового радиовещания"[Текст] / А. Денин// Радио.- 1996.- № 8.-43с.
11. Дорошук Е.С. Деятельностная модель журналистики. Материалы к курсу для развития творческих способностей студентов-журналистов [Текст]: учебное пособие / Е.С. Дорошук. – Казань, Набережные Челны, 2001. – 67 с.
12. Засурский Я. Н. Система средств массовой информации в России [Текст]: учебное пособие / Под ред. Я.Н. Засурского. - М.: Аспект Пресс, 2016. - 259 с.
13. Киит М. Радиостанция [Текст]: Перевод с английского А.И. Филекина. - М.: Мир, 2001. - 462 с. Радио: музыка, новости, общественность... / Под ред. В.А. Сухаревой, А.А. Аллахвердовой. - М.: Фонд независимого радиовещания, 2019. - 224 с.
14. Лосев Б. В. Конкурирующие стандарты цифрового телевизионного вещания [Текст]/Б. Лосев//Электроника.- 2019.- № 1.- 1с.
15. Рэндалл Д. Универсальный журналист [Текст]. М.: Аспект Пресс, 2018. - 58 с.
16. Смирнов В. В. Формы радиовещания [Текст]/ В. В. Смирнов. - М.: Наука, 2002.24с.
17. Серов Е. В. Рейтинг как повод задуматься [Текст] / Е. Серов//Радиовещание.-2004.-№5.11с
18. Филимонова Е. Н. Время работать на радио. Современная радиожурналистика в различных жанрах м. /

Под ред. Е.Н. Филимонова. - М.: Фонд независимого радиовещания, 2012. - 192 с.

19. Федутин Ю. Ю., Васильева Е. Н., Мироненко О. В. Независимое радиовещание: уроки успеха [Текст]. - М.: РИП-холдинг, 2018.- С. 18

20. Шерель А. А. Радиожурналистика [Текст]: учебное пособие / Под ред. А.А. Шереля. - М.: Московское издательство. ун-та: Наука, 2005. - 480 с.

21. Режим доступа: <http://www.chelny.info/about.phtml?id=16042> Интернет-страница организации Брежнев ФМ на chelny.info (дата обращения 01.04.2022)

22. Режим доступа: <http://www.stv-media.ru/brejnef> Брежнев ФМ на сайте холдинга «СТВ-Медиа» (дата обращения 28.03.2022)

23. Режим доступа: <http://vcfm.ru/radio/tx.php?id=3134> База радиостанций, частота 100,8 (дата обращения 01.04.2022)

24. Режим доступа: <https://topradio.me/brezhnev-fm> (дата обращения 01.04.2022)

25. Режим доступа: <http://vcfm.ru/radio/tx.php?id=3131> База радиостанций, частота 90,6 (дата обращения 01.04.2022)

26. Режим доступа: <http://rsoc.ru/mass-communications/reestr/teleradio/?id=300772> Лицензия на частоту на сайте Роскомнадзора (дата обращения 11.04.2022)

27. Режим доступа: <http://vcfm.ru/radio/tx.php?id=3132> База радиостанций, частота 90,9 (дата обращения 13.04.2022)

28. Режим доступа: https://top-radio.ru/nabereznyie-chelny/brezhnev-fm?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru (дата обращения 09.04.2022)

29. Режим доступа: <http://vcfm.ru/radio/tx.php?id=3084> База радиостанций, частота 95,5 (дата обращения 01.04.2022)

30. Режим доступа: <http://16.rsoc.ru/news/news18160.htm> (дата обращения 03.04.2022)

31. Режим доступа: <https://vk.com/radio116> (дата обращения 09.04.2022)

32. Режим доступа: <https://pcradio.ru/radio/brezhnev-fm> (дата обращения 09.04.2022)

33. Режим доступа: <http://online-red.online/radio/brejnef-fm.html> (дата обращения 09.04.2022)

34. Режим доступа: <https://radioefir.com/2237-brezhnev-fm.html> (дата обращения 09.04.2022)

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/236223>