

РАДИОВЕЩАНИЕ РОССИИ

2022-2023

СОСТОЯНИЕ, ТЕНДЕНЦИИ
И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

ОТРАСЛЕВОЙ ДОКЛАД

МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ, СВЯЗИ
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ОТРАСЛЕВОЙ ДОКЛАД

РАДИОВЕЩАНИЕ РОССИИ 2022-2023

СОСТОЯНИЕ, ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Москва, 2023

Доклад подготовлен *Фондом содействия развитию радиовещания «Академия радио»*.

Под общей редакцией *Полесицкого А.М.*, Председателя Правления Фонда РАР, Вице-президента РАР, академика РАР; *Ермолаевой О.Я.*, кандидата психологических наук, ведущего научного сотрудника Академии медиаиндустрии, члена Группы европейских исследователей аудитории ЕВС (GEAR EBU); *Шарикова А.В.*, кандидата педагогических наук, профессора НИУ «Высшая школа экономики», члена Группы европейских исследователей аудитории ЕВС (GEAR EBU); *Масуренковой Е.Д.*, советника ректора Академии медиаиндустрии, старшего преподавателя НИУ «Высшая школа экономики».

Авторский коллектив: *Кузнецов А.С., Степанов И.В. Федутин Ю.Ю., Андрюшова Ю.В., Ставиская Р.М., Ерошкина Е.Г., Григорьев Д.А., Власова Н.Г., Кондратьева А.М.*

При подготовке отчета использовались материалы конференций, фестивалей, иных отраслевых мероприятий.

Авторы доклада выражают искреннюю признательность за предоставленную информацию и помощь в его подготовке:

- ▶ Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
- ▶ ФГУП «Российская телевизионная и радиовещательная сеть» (РТРС)
- ▶ Российской академии радио (РАР)
- ▶ Европейской Медиа Группе
- ▶ ГПМ Радио
- ▶ ВГТРК
- ▶ НКО ФНР (Фонд независимого радиовещания)
- ▶ Академии медиаиндустрии
- ▶ Группе исследовательских компаний Mediascope

ISBN

1. Радио и государство	7
Актуальные правовые проблемы радиовещания в России	8
Системообразующие радиовещательные компании	9
Социально значимые радиопрограммы, получившие государственную поддержку в 2022 и 2023 гг.	10
Лицензирование радиовещания	14
2. Структура радиоотрасли в России	19
Государственное и коммерческое вещание	20
Сетевые, региональные и локальные радиостанции	21
Вещание за рубежом	25
3. Технология радиовещания и аудиораспространения	29
Эфирное вещание	30
Технологические новации и перспективные разработки в радиовещании и аудиораспространении	30
Агрегаторы потокового вещания	34
Подкасты	37
Информационная безопасность радиостанций	38
Импортозамещение в отрасли телерадиовещания	39
4. Аудитория радио	43
Система измерений аудитории радио и аудио в различных средах и её совершенствование	44
Сравнительные характеристики аудитории радио, аудио и других средств массовой информации	47
Потребление радио в России и в других странах: сравнительная характеристика	48
Текущее состояние аудитории, её структура и социально-демографические характеристики в истории и перспективе	48
Аудитория национального, регионального и локального вещания	52
Особенности потребления разных форматов вещания	54
Лидирующие радиостанции и радиохолдинги	59
Аудитория радио и аудио в сети Интернет	63
Тенденции развития радиоконтента и новых форм аудиопотребления	64

5. Экономика радиовещания**75**

Источники финансирования радиовещательной деятельности	76
Рекламный рынок радио: общая характеристика	80
Структура отечественного рынка радиорекламы	86
Виды аудиорекламы. Прямая реклама, спонсорство и специальные проекты	88
Отраслевая структура рекламодателей	90
Крупнейшие рекламодатели (Топ 20)	93

Заключение. Задачи индустрии	97
Приложение. Глоссарий	99

ДЕЙСТВУЮЩИЕ ЛИЦЕНЗИИ РАДИО

По данным Роскомнадзора



Аудитория РАДИО

В возрасте свыше 12 лет в крупных городах с населением свыше 100 тысяч человек *



* Mediascope. Radio Index (12+). Январь — декабрь 2021 г., январь — декабрь 2022 г., январь — июнь 2023 г.

По оценке Российской Академии радио

В первом полугодии 2023 г. РАДИО В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ СЛУШАЛИ:

С учетом соотношения аудитории крупных городов 100+
и общей аудитории радио 0+ *

ЕЖЕДНЕВНО

60 МЛН ЧЕЛ.

ЕЖЕНЕДЕЛЬНО

92 МЛН ЧЕЛ.

ЕЖЕМЕСЯЧНО

102 МЛН ЧЕЛ.

Количество **ЗАНЯТЫХ** В РАДИОВЕЩАТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Включая деятельность по маркетингу и продаже рекламы

БОЛЕЕ 30 ТЫС. ЧЕЛ.

* Коэффициенты соотношения общей аудитории и аудитории крупных городов рассчитаны на основе данных Mediascope All Russia, первое полугодие 2019 г.



1

РАДИО
И ГОСУДАРСТВО

АКТУАЛЬНЫЕ ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАДИОВЕЩАНИЯ В РОССИИ

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ АКТЫ, РЕГУЛИРУЮЩИЕ ОСНОВЫ РАДИОВЕЩАНИЯ

- ▶ Конституция РФ;
- ▶ Гражданский кодекс РФ;
- ▶ Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации»;
- ▶ Федеральный закон от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»;
- ▶ Федеральный закон от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации»;
- ▶ Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля».
- ▶ Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
- ▶ Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях;
- ▶ Федеральный закон от 29.12.1994 № 77-ФЗ «Об обязательном экземпляре документов».


ПРАВОВЫЕ НОВЕЛЛЫ

Утвержден порядок размещения рекламного идентификатора для целей маркировки рекламы в интернете Приказ Роскомнадзора от 30.11.2022 № 191 устанавливает, что идентификатор присваивается рекламе до ее размещения. Идентификатор включается в ссылку на страницу сайта, где размещается реклама. Если такое размещение невозможно в начале текстового блока, поверх текстово-графического блока, в начале и (или) поверх видеоролика. Порядок размещения такого идентификатора в аудиозаписях, транслируемых без визуального поля (умные колонки) в настоящий момент не урегулирован.

Маркировка интернет рекламы С 1 сентября 2022 г. вступила в силу новая статья 18.1 Закона о рекламе, обязывающая участников рекламных правоотношений отчитываться о рекламе, размещенной в интернете в Единый реестр интернет рекламы через Операторов рекламных данных. В соответствии с п. 6 и п. 1 Распоряжения Правительства Российской Федерации от 30.05.2022 № 1362-р вещатели/редакции радиоканалов не должны отчитываться о рекламе, входящей в состав радиоканалов, вещаемым без изменения в сети интернет.

При этом, в отношении иной аудиорекламы, размещаемой в интернете, в частности прероллы или реклама в подкастах, данный закон создал фактически неисполнимые требования в части размещения уникально буквенно-числового идентификатора (ч. 17 ст. 18.1. Закона о рекламе). Т.е. теперь в аудиорекламе должен будет проговариваться этот идентификатор, что приведет к непривлекательности такого рекламного формата.

Продукция иноагентов в радиоэфире С 5 декабря 2022 г. внесены изменения в ст. 4 Закона о СМИ, согласно которым запрещается распространение в средствах массовой информации и в сообщениях и материалах средств массовой информации в информационно-телекоммуникационных сетях информации об иностранных агентах (за исключением информации, размещаемой в единых государственных реестрах и государственных информационных системах, предусмотренных законодательством Российской Федерации) и произведенных ими материалов без указания на статус иностранного агента. Применение данной нормы на практике вызывает ряд вопросов, особенно в части распространения данной нормы на материалы, которые были созданы иноагентом до получения им соответствующего статуса.



Пропаганда ЛГБТ С 5 декабря 2022 г. КоАП РФ был дополнен статьей 6.21.2. «Распространение среди несовершеннолетних информации, демонстрирующей нетрадиционные сексуальные отношения и (или) предпочтения либо способной вызвать у несовершеннолетних желание сменить пол». Нарушением данной нормы является демонстрация нетрадиционных сексуальных отношений и (или) предпочтений, в том числе описание, изображений нетрадиционных сексуальных отношений и (или) предпочтений, либо способной вызвать у несовершеннолетних желание сменить пол. Поскольку законодательство не содержит ясных критериев для квалификации данной информации, остается вопрос, что будет признаваться такой демонстрацией и можно ли демонстрировать такую информацию посредством радиовещания.

ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ

В целях исполнения инициативы ФАС РФ по актуализации рекламного законодательства, представители радиоиндустрии вошли в рабочую группу по формированию предложений об изменении рекламного закона. По состоянию на 1 июня 2023 г. ФАС РФ согласилось внести изменения в общие требования рекламного закона в части упрощения и/или изменения дисклеймеров, используемых в рекламе дистанционных продаж, стимулирующих мероприятий и азартных игр. Также ФАС согласилось изменить порядок расчета объема рекламы в радиопрограммах при единомформатном вещании, признав возможность считать объем от совокупного суточного вещания всех СМИ, указанных в лицензии, а не по отдельности. Соответствующий законопроект должен появиться к концу 2023 г.

СИСТЕМООБРАЗУЮЩИЕ РАДИОВЕЩАТЕЛЬНЫЕ КОМПАНИИ

Правительственная комиссия по повышению устойчивости развития российской экономики на заседании 17 апреля 2022 г. одобрила четыре отраслевых перечня системообразующих предприятий. В перечень Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации вошли крупные медиахолдинги — Национальная Медиа Группа, Газпром-Медиа Холдинг и ВГТРК. А также некоторые СМИ: МИА «Россия сегодня»¹.

На текущий момент в списке системообразующих предприятий содержатся 11 организаций, в управлении которых находятся радиостанции².

¹ https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Системообразующие_ИТ-компании_и_операторы_связи_в_России

² Полный список не опубликован, так как он неокончательный и может видоизменяться.


СИСТЕМООБРАЗУЮЩИЕ РАДИОВЕЩАТЕЛИ

Холдинг	Радиостанции
Закрытое акционерное общество «Русская медиагруппа»	Русское Радио, Monte Carlo, Хит FM, DFM, радио Maximum
Группа компаний Krutoy Media	Love Radio, Радио Дача, Радио Шансон, Русский Хит, Такси FM, Восток FM, Первое Спортивное
Общество с ограниченной ответственностью «Европейская медиа группа»	Европа Плюс», Дорожное радио, Ретро FM, Радио 7 на семи холмах, Новое Радио, Studio 21, Эльдорadio, Калина Красная
Закрытое акционерное общество «Мультимедиа-холдинг»	Наше радио, Rock FM, Радио Jazz
Федеральное государственное унитарное предприятие «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания»	Радио Россия, Маяк, Вести FM, Радио Культура
Акционерное общество «Газпром-Медиа Холдинг»	Авторадио, Радио Energy, Юмор FM, Радио Romantika, Comedy Radio, Like FM, Relax FM, Детское радио, Радио Зенит
Закрытое акционерное общество МТРК «Мир»	радио Мир
Открытое акционерное общество «ТРК ВС РФ „ЗВЕЗДА“»	радио Звезда
Федеральное государственное унитарное предприятие «Международное информационное агентство „Россия сегодня“»	Радио Спутник
Акционерное общество «Издательский дом „Комсомольская правда“»	Радио Комсомольская правда
Акционерное общество «Коммерсантъ»	Радио Коммерсантъ FM

СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫЕ РАДИОПРОГРАММЫ, ПОЛУЧИВШИЕ ГОСУДАРСТВЕННУЮ ПОДДЕРЖКУ В 2022 И 2023 ГГ.

Государство оказывает поддержку производству детских, исторических, патриотических, культурно-просветительских и других социально значимых телерадио-программ. К таковым отнесены представляющие общественные и государственные интересы и соответствующие основным направлениям государственной информационной политики и долгосрочным приоритетам развития государства и общества информационные, информационно-аналитические, публицистические, культурно-просветительские, образовательные радиoprogramмы, направленные на:

- ▶ сохранение семейных ценностей, поддержку материнства и детства;
- ▶ поддержку и повышение качества жизни граждан старшего поколения;
- ▶ пропаганду здорового образа жизни, физической культуры, спорта и здорового питания;
- ▶ пропаганду духовно-нравственных и культурных ценностей народов Российской Федерации;
- ▶ пропаганду образования и новых образовательных возможностей;

- 
- ▶ формирование толерантного сознания и профилактики экстремизма в обществе;
 - ▶ формирование толерантного отношения к трудовым мигрантам и социальную адаптацию мигрантов, а также на освещение мер по профилактике преступлений среди мигрантов;
 - ▶ развитие межнационального общения;
 - ▶ пропаганду лучших достижений в сфере науки, образования, культуры;
 - ▶ освещение памятных дат в истории России;
 - ▶ информационную поддержку социально незащищенных категорий граждан;
 - ▶ патриотическое воспитание;
 - ▶ пропаганду благотворительности и меценатства;
 - ▶ пропаганду бережного отношения к природе и домашним животным;
 - ▶ воспитание и образование подрастающего поколения.

С 2021 г. оказание государственной поддержки на условиях отбора организациям, осуществляющим производство, распространение и тиражирование социально значимых программ в области электронных средств массовой информации, на создание и поддержание в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» сайтов, имеющих социальное или образовательное значение осуществляет Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации³.

В соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 2 февраля 2021 г. № 103⁴ «Об утверждении Правил предоставления из федерального бюджета субсидий организациям, осуществляющим производство, распространение и тиражирование социально значимых программ в области электронных средств массовой информации, на создание и поддержание в информационно-телекоммуникационной сети „Интернет“ сайтов, имеющих социальное или образовательное значение»⁵ субсидии предоставлялись юридическим лицам (за исключением государственных (муниципальных) учреждений) Государственной программы Российской Федерации «Информационное общество»⁶.

2022 г. государственную поддержку получили 22 радиопрограммы, вышедшие в эфир 7-ми городов: Казань — 2 программы, Гулькевичи, Краснодарский край — 2, Москва — 7, Нурлат — 3, Барнаул — 1, Смоленск — 4, Астрахань — 2.

Поддержку социально значимых радиопрограмм в 2022 г. получили 9,6 % организаций на реализацию от общего числа организаций и 9,8 % социально значимых проектов, получивших государственную поддержку по приоритетным направлениям государственной политики.

2023 г. Минцифры России 17 января 2023 г. объявило проведение в 2023 г. отбора организаций-получателей государственной поддержки в области электронных СМИ в соответствии с Правилами предоставления из федерального бюджета субсидий организациям, осуществляющим производство, распространение и тиражирование социально значимых программ в области электронных средств массовой информации, на создание и поддержание в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» сайтов, имеющих социальное или образовательное значение, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 2 февраля 2021 г. № 103.

Заявки принимались в электронном виде через Портал предоставления мер финансовой государственной поддержки. Информация⁷ о том, что Минцифры России объявило проведение в 2023 г. отбора организаций-получателей государственной поддержки в области электронных СМИ в 2023 г. была размещена на сайте Минцифры. Сроки подачи заявок устанавливались: с 09:00 13 января 2023 г. по 18:00 17 февраля 2023 г.

3 Указ Президента Российской Федерации от 20 ноября 2020 г. № 719 «О совершенствовании государственного управления в сфере цифрового развития, связи и массовых коммуникаций». Дата обращения: 18.10.2023.

4 https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_375843/92d969e26a4326c5d02fa79b8f9cf4994ee5633b/

5 <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/1105/>

6 <https://digital.gov.ru/ru/events/42380/>


7 <https://digital.gov.ru/ru/events/42380/>

21 апреля 2023 г. Минцифры распределило субсидии для электронных СМИ в 2023 г.⁸ На реализацию 209 социально значимых проектов 109 организаций выделено 647,3 млн руб. В том числе на 111 проектов из 31 региона России. На их поддержку выделено 132,2 млн руб. Соглашения заключались в государственной интегрированной информационной системе управления общественными финансами «Электронный бюджет».

Организации-получатели субсидий в области радиовещания в 2023 г.

1. Общество с ограниченной ответственностью «Информационные системы», Казань.
 - Цикл радиопрограмм «История Великой Победы: Сталинградская битва» Патриотический радиопроект о том, как советский народ на протяжении 125 дней и ночей сражался и победил шестую немецкую армию генерала Паулюса в осажденном фашистами Сталинграде.
 - Цикл радиопрограмм «Профвысота» Информационно-образовательный проект, направленный на поднятие престижа и формирование ценностного значения рабочих профессий и специалистов, необходимых государству.
 - Цикл радиопрограмм «Выдающиеся педагоги» Цикл радиопрограмм об известных педагогах и мыслителях, которые внесли большой вклад в развитие педагогики.
2. Общество с ограниченной ответственностью «Рекламно-коммерческая фирма „Камерон“», Астрахань.
 - Цикл радиопрограмм «Диалог культур — искусство жить вместе» Цикл радиопрограмм о традициях и обычаях народов Астраханской области, исторических фактах и хрониках, архитектурных достопримечательностях региона.
3. Общество с ограниченной ответственностью «Мираж», Смоленск.
 - Цикл радиопрограмм «Семейный совет» Цикл передач, в которых обсуждаются вопросы и проблемы современной семьи.
 - Цикл радиопрограмм «Научный подход» Цикл программ об отечественных инженерных и научно-исследовательских работах, о молодых ученых, инженерах, технологических предпринимателях.
 - Цикл радиопрограмм «Тенишевское наследие» Цикл программ о просветителе, хранителе культурного наследия русского народа, собирателе бесценных сокровищ народного творчества, предметов быта, Почетном гражданине Смоленска Марии Тенишевой.
 - Цикл радиопрограмм «Герои на все времена» Просветительский цикл о героях литературных произведений, на примере которых раскрываются такие понятия как мужество, любовь к Отчизне, самоотверженность, верность долгу.
4. Общество с ограниченной ответственностью «Продюсерский центр „Профи“»
 - Цикл радиопрограмм «Юбилейные даты русской литературы» Программа о великих русских писателях и поэтах и их произведениях.
5. Общество с ограниченной ответственностью «Прохоров Медиа», Тамбов.
 - Цикл радиопрограмм «Богатый фермер» Цикл программ о тамбовских фермерах.
 - Цикл радиопрограмм «Сергей Рахманинов. Пианист, композитор, дирижёр» Цикл программ о жизненном пути и этапах творческого становления Сергея Васильевича, пройдя которые, он стал настоящим символом русской культуры во всём мире.

⁸ <https://digital.gov.ru/ru/events/43891/>

- 
6. Автономная некоммерческая организация «Студио-Диалог», Москва.
- Цикл радиопрограмм «Адреса милосердия» Социальный радиопроект направлен на поддержку социально незащищенных категорий населения, в том числе ветеранов, инвалидов, пенсионеров, детей-сирот, многодетных и приемных семей, тяжелобольных детей и взрослых, а также на развитие благотворительности и волонтерства.
7. Общество с ограниченной ответственностью «Самарский деловой клуб», Самара.
- Цикл радиопрограмм «Психологическая реабилитация участников СВО. Самарский опыт» Программы будут посвящены проблемным психологическим последствиям участия воинов в боевых действиях и путям их преодоления.
8. Акционерное общество «Издательский дом „Комсомольская правда“», Москва.
- Цикл радиопрограмм «Доброволец» Программа прямого эфира о деятельности НКО, волонтерских организаций, благотворительных фондов.
 - Цикл радиопрограмм «Национальный вопрос» Программа направлена на формирование толерантного сознания, профилактику экстремизма в обществе, проводит разъяснительную работу по коммуникациям между представителями разных народов и национальностей, способствует сохранению межнационального согласия в обществе и гражданского мира в стране.
 - Цикл радиопрограмм «Чистая страна» Программа об экологии.
 - Цикл радиопрограмм «Военное ревю» Информационно-аналитическая программа поднимает горячие вопросы и проблемы армии Российской Федерации.
 - Цикл радиопрограмм «Родительский вопрос» Программа для родителей. Опытные психологи и педагоги дают советы
9. Религиозная организация «Православное братство „Радонеж“» Русской православной церкви, Москва.
- Цикл радиопрограмм «Современная семья: сохраняя и преумножая» Программа направлена на пропаганду семейных ценностей по воспитанию и развитию ребенка.

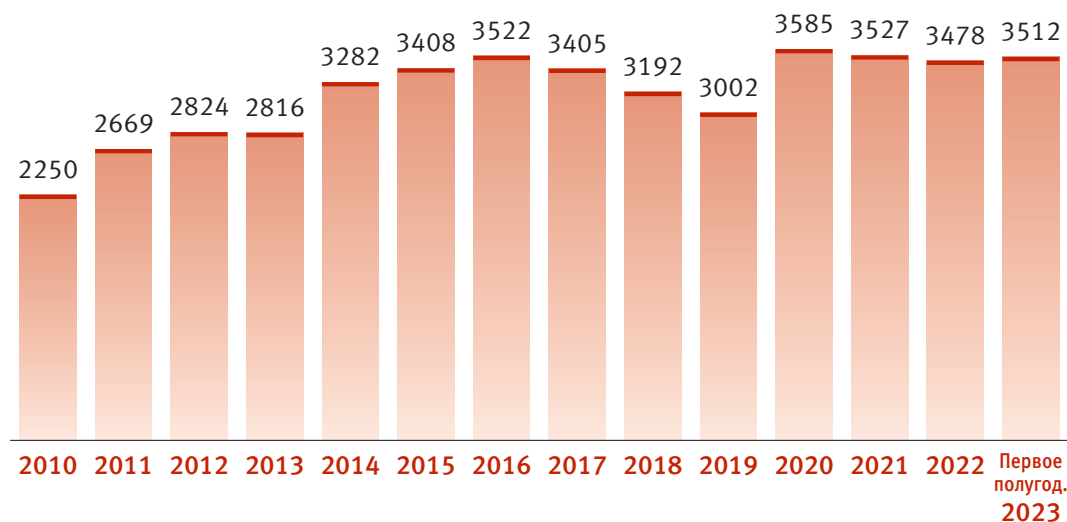
Государственную поддержку получили 19 радиопрограмм, вышедшие в эфире 7-ми городов: Казань — 3 программы, (ООО «Информационные системы»); Астрахань — 1 (ООО «Рекламно-коммерческая фирма „Камерон“»); Смоленск — 4 (ООО «Мираж»); Тамбов — 2 (ООО «Прохоров Медиа»); Самара — 1 (ООО «Самарский деловой клуб»); Москва — 7 (АО «Издательский дом „Комсомольская правда“» — 5 программ, Религиозная организация «Православное братство „Радонеж“», АНО «Студио-Диалог»).

Поддержку социально значимых радиопрограмм в 2023 г. получили 17,4 % организаций на реализацию от общего числа организаций и 9,0 % социально значимых проектов, получивших государственную поддержку по приоритетным направлениям государственной политики.

ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ РАДИОВЕЩАНИЯ

По данным Роскомнадзора на 1 июля 2023 г. в реестре телерадиовещания было зарегистрировано 3512 действующих лицензий на осуществление радиовещания.

Количество действующих лицензий в 2010 г. — первом полугодии 2023 г.



В первом полугодии 2023 г. по сравнению с 2010 г. количество лицензий увеличилось на 1262.

Продление срока действия лицензий

26 января 2023 г. вступило в силу постановление Правительства Российской Федерации от 23 января 2023 г. № 63 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 12 марта 2022 г. № 353 и признании утратившим силу отдельного положения постановления Правительства Российской Федерации от 12 сентября 2022 г. № 1589», согласно которому действие лицензий на осуществление телевизионного вещания и радиовещания, сроки действия которых истекают (истекли) в 2023 г., продлевается на 12 месяцев.


Соответствующие изменения по 1487 лицензиям были внесены в реестр лицензий на осуществление телерадиовещания, размещенный на официальном сайте Роскомнадзора в разделе «Массовые коммуникации».

Оплата государственной пошлины в рамках оказания государственных услуг за предоставление лицензии, внесение изменений в реестр лицензий, продление срока действия лицензии по заявлениям, поданным с 26 января 2023 г. до 31 декабря 2023 г., не требуется.

Оптимизация и автоматизация

В рамках эксперимента по оптимизации и автоматизации процессов разрешительной деятельности на ЕПГУ (едином портале государственных услуг) Роскомнадзором реализованы в электронном виде единые концентраторные формы для получения государственной услуги по лицензированию телевизионного вещания и радиовещания для следующих подуслуг:

- ▶ получения лицензии;
- ▶ прекращения действия лицензии;
- ▶ внесения изменений в реестр лицензий;
- ▶ предоставления выписки из реестра лицензий.



Подключен механизм досудебного обжалования решений и действий (бездействия) органов государственной власти, совершенных при предоставлении государственной услуги по выдаче лицензий юридическим лицам. Теперь заявитель может обжаловать решение Роскомнадзора непосредственно через ЕПГУ.

В связи с прекращением Минцифры России с 2023 г. технической поддержки концентраторных форм ведется работа по переходу на создание новых форм для получения государственной услуги посредством Визуального конструктора услуг.

Новые формы заявления будут подключены к платформе полномочий, в результате будет реализована возможность подачи заявлений представителем вещателя на основании машиночитаемой доверенности.

Ведется работа по подключению к информационным системам федеральных органов исполнительной власти для получения посредством системы межведомственного электронного взаимодействия сведений, необходимых для предоставления государственной услуги: сведений о подаче гражданином Российской Федерации уведомления о наличии у него гражданства иностранного государства или вида на жительство в другой стране (МВД России), сведения из документа, удостоверяющего личность физического лица (МВД России), получение учредительных документов юридических лиц (ФНС России).

Для заявлений, направленных в форме электронных документов через ЕПГУ, сокращен срок оказания государственной услуги по предоставлению лицензий и внесению изменений в реестр лицензий с 45 до 25 рабочих дней (в некоторых случаях до 15 рабочих дней).

РЕЕСТР ЛИЦЕНЗИЙ

С 1 марта 2023 г. в соответствии частью 1.2 статьи 18 Федерального закона от 4 мая 2011 г. № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» (в ред. Федерального закона от 11 июня 2021 г. № 170-ФЗ; Федерального закона от 29 декабря 2022 г. № 577-ФЗ) сведения об изменении наименования лицензиата, реорганизации в форме преобразования, изменении адреса места нахождения лицензиата вносятся в реестр лицензий в автоматическом режиме на основании полученной из государственных информационных систем информации без поданного заявления о внесении изменений в реестр лицензий.

ЖИЗНЕННАЯ СИТУАЦИЯ «ОТКРЫТИЕ РАДИОСТАНЦИИ»

В рамках реализации проекта «Государство для людей» государственная услуга по лицензированию телевизионного вещания и радиовещания участвует в реализации жизненной ситуации «Открытие радиостанции» в качестве одного из этапов. Целью разработки жизненной ситуации «Открытие радиостанции» является предоставление пользователям современного клиентоориентированного сервиса, который включает в себя ключевые этапы жизненной ситуации путем формирования бесшовного клиентского пути, направленного на упрощение процессов по оформлению, согласованию документов и прочих процедур; снижение временных затрат пользователей при получении услуг, повышение удовлетворенности граждан качеством предоставления государственных услуг.

Утвержден паспорт жизненной ситуации, описывающий образ целевого состояния и включающий «дорожную карту» по оптимизации жизненной ситуации⁹.

⁹ Из доклада Заместителя начальника Управления разрешительной работы, контроля и надзора в сфере массовых коммуникаций Виноградова М.В. в рамках XIII Международной конференции «Радио в глобальной медиаконкуренции», Москва, 23.11.2023.

КОНКУРСНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РАДИОЧАСТОТ

В 2022 г. и первом полугодии 2023 г.

	2022	Первое полугодие 2023
Проведено заседаний ФКК по вопросам получения права осуществлять наземное эфирное вещание	9	6
Распределение радиочастот	53	76
Количество конкурсных городов	34	47
Приняло участие организаций	111	207
Признаны победителями	46	48

Всего в период с января по декабрь 2022 г. по результатам конкурсов были определены 46 победителей, из них 44 с концепцией «свободная», 1 — с концепцией «культурно-просветительская» и 1 — с концепцией «общественно-политическая». В 7 случаях победитель выявлен не был.

В соответствии с нормативными документами Роскомнадзор обеспечивает работу Федеральной конкурсной комиссии по телерадиовещанию.

В 2022 г. с января по декабрь проведено 9 заседаний ФКК по вопросам получения права осуществлять наземное эфирное вещание с использованием 53 радиочастот в 34 городах. В конкурсах приняло участие 111 организаций, из которых 29 победителями были признаны в 17 городах: Ростов-на-Дону (2 частоты). Краснодар (2 частоты). Томск (2 частоты). Улан-Уде (2 частоты). Нальчик (2 частоты). Новомосковск, Тульской области (2 частоты). Кемеровл (2 частоты). Калуга (2 частоты). Волгоград (2 частоты). Сочи (2 частоты). Калининград (2 частоты). Курган (2 частоты). Нижний Новгород (2 частоты). Орск (2 частоты). Воронеж (2 частоты). Рязань (2 частоты). Смоленск (2 частоты).

В 2023 г. с января по июнь проведено 6 заседаний ФКК по вопросам получения права осуществлять наземное эфирное вещание в 18 городах, а также в пуле из 30 городов. В конкурсах приняло участие 207 организаций, из которых победителями были признаны 35 в 18 городах: Ростов-на-Дону (2 частоты), Краснодар (2 частоты), Томск (2), Улан-Удэ (2). Нальчик (2), Каспийск (1), Новомосковск (2), Кемерово (2). Калуга (2), Волгоград (2), Сочи (2), Калининград (2), Курган (2), Нижний Новгород (2), Орск (2), Воронеж (2), Рязань (2), Смоленск (2).

Всего в период с января по июнь 2023 г. по результатам конкурсов были определены 36 победителя, из них 35 с концепцией «Свободная», 1 — «Детская».

ФОРМАТЫ-ПОБЕДИТЕЛИ, 2022 г. — ПЕРВОЕ ПОЛУГОДИЕ 2023 г.

Форматы	2022 — первое полугодие 2023	Форматы	2022 — первое полугодие 2023
Детское радио (пул)	30	Авторadio	1
Радио Спутник	25 (в т.ч. 24 — пул)	Радио Рекорд	1
Радио Искатель	9	Юмор FM	1
Like FM	9	Радио Шансон	1
Радио Монте Карло	7	Ретро FM	1
Камеди радио	7	Love радио	1
Радио Орфей	6	Радио Энерджи	1
Радио Вера	5	Наше Радио	1
Relax FM	4	Питер FM	1
Пи FM	3	ГТРК Краснодар	1
Радио 7	2	ГТРК Крым	2
Маруся FM	2	Радио Море	2
Дорожное радио	2	Хит FM	1



СТРУКТУРА РАДИООТРАСЛИ в России

ГОСУДАРСТВЕННОЕ И КОММЕРЧЕСКОЕ ВЕЩАНИЕ

Государственной компанией признается некоммерческая организация, не имеющая членства и созданная Российской Федерацией на основе имущественных взносов для оказания государственных услуг и выполнения иных функций с использованием государственного имущества на основе доверительного управления. Государственная компания создается на основании федерального закона¹.

К сетевым государственным радиостанциям относятся: Радио Россия, Маяк, Вести FM, Радио Мир, Радио Звезда, Милицейская волна, Радио Спутник, межрегиональное вещание осуществляет государственная радиостанция «Орфей», локальное (Москва) — радио «Культура». Все эти радиостанции ежегодно получают государственную поддержку в виде субсидий для обеспечения деятельности и выполнения стоящих перед ними государственных задач.

Радиостанции Радио России, Маяк, Вести FM, Радио Культура, Радио Спутник, Радио Орфей входят в организации, подведомственные Министерству цифрового развития связи и массовых коммуникаций России.

Учредителем телерадиокомпании «Звезда» является Российская Федерация, от имени которой выступает Министерство обороны России.

Учредителем радио Милицейская волна является Министерство внутренних дел России.

Радио Мир входит в состав Межгосударственной телерадиокомпании «Мир», которая была создана с целью освещения политического, экономического и гуманитарного сотрудничества стран Содружества Независимых Государств, формирования общего информационного пространства и содействия международному обмену информацией.

Практически все государственные радиостанции вещают в формате разговорного радио, с концепцией вещания «общественно-политическая», которая включает категорию «новости». Радио Орфей вещает в формате музыкального радио с концепцией вещания «культурно-просветительская».

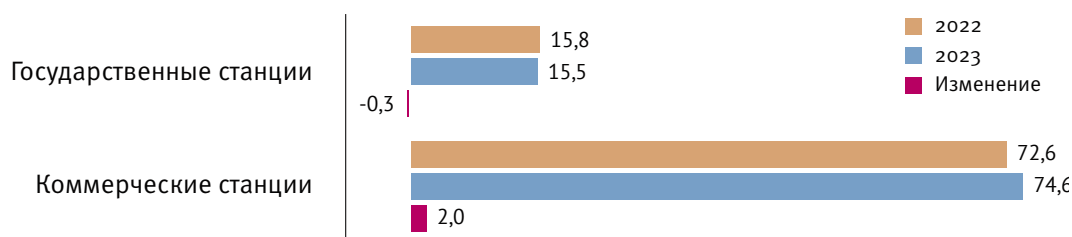
Особенностью коммерческих радиостанций является самофинансирование, то есть формирование доходной части бюджета из некоммерческих источников, основными из которых являются продажа рекламы и франшизные платежи от сетевых партнеров. Дополнительным источником финансирования коммерческих радиостанций, участвующих в решении государственных либо иных общественно значимых задач является финансирование за счет грантов государственных органов, негосударственных фондов и пожертвований.

Национальная панель российского официального измерителя аудитории компании Mediascore включает 31 радиостанцию. Из них к государственным в обозреваемый период относились только 6 (Радио России, Маяк, Вести FM, Радио Мир, Радио Звезда, Милицейская волна). Соответственно, это сказывается на соотношении размера аудитории государственных коммерческих радиостанций. Так по данным российского официального измерителя аудитории компании Mediascore доля аудитории государственных радиостанций в 2022 г. составила 15,8 %, доля аудитории (12+) 27-ми крупных национальных коммерческих радиостанций — 72,6 %.

В первом полугодии 2023 г. доля аудитории (12+) государственных радиостанций после периода роста в 2021–2022 гг. несколько уменьшилась до 15,5% (–0,3 %), а доля аудитории коммерческих радиостанций увеличилась до 74,6 % (+2,0 %).

¹ Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. от 07.10.2022) «О некоммерческих организациях».

Динамика доли аудитории AQH Share, Россия (100+), все, старше 12 лет, январь 2022 г. — июнь 2023 г.



Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, январь 2022 г. — июнь 2023 г., AQH Share, 12+².

СЕТЕВЫЕ, РЕГИОНАЛЬНЫЕ И ЛОКАЛЬНЫЕ РАДИОСТАНЦИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЕ СЕТИ

Вещание более, чем в половине субъектов Российской Федерации либо присутствие в национальной панели Mediascope³

Радиостанция	Количество точек вещания	Охват, млн	Радиостанция	Количество точек вещания	Охват, млн
Радио России	1536	120,8	Радио Книга	79	59,4
Авторадио	389	103,9	Камеди радио	70	57,6
Европа Плюс	361	93,0	DFM	116	54,4
Дорожное радио	385	92,0	Радио Спутник	33	53,4
Радио Маяк	193	90,7	Радио 7 на 7 холмах	102	50,0
Вести ФМ	153	90,5	Детское радио	40	45,8
Радио Дача	273	86,3	Радио Хит ФМ	82	40,7
Русское радио	296	85,8	Радио Монте-Карло	52	39,8
Ретро FM	247	85,1	Радио Звезда	48	37,6
Energy	168	82,2	Радио Рекорд	117	37,4
Love радио	210	77,7	Радио Мир	70	36,8
Радио Ваня	112	75,7	Бизнес FM	17	35,0
Новое радио	191	72,2	Студия 21	16	30,3
Юмор FM	155	68,7	Серебряный дождь	23	29,1
Радио Вера	124	65,0	Радио Максимум	23	29,1
Комсомольская правда	68	63,2	Like FM	19	21,7
Радио Шансон	163	62,6	Relax FM	14	21,0
Наше радио	114	61,8	Милицейская волна	77	17,9

² Анализ проводился по следующим государственным (Вести FM, Маяк, Радио Звезда, Радио Мир, Радио России, Радио Sputnik (2023 г.), Милицейская волна (2012–2014 гг.)) станциям, а также всем остальным коммерческим, находящимся в измерении в указанный период.

³ Данные предоставлены радиостанциями.

Помимо вещания в УКВ-ФМ диапазоне, государственные радиостанции Радио России, Маяк, Вести ФМ вещают в цифровом формате в составе 1-го мультиплекса с техническим охватом 136,7 млн чел.

МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЕ СЕТИ

Вещание более, чем в 2-х субъектах Российской Федерации

Радиостанция	Количество точек вещания	Охват, млн
Радио Орфей	13	32,8
Русский Хит	23	26,0
Rock FM	7	23,2
Восток FM	6	20,0
Taxi FM	4	19,5
Калина красная	13	18,9
Jazz FM	13	18,7
Радио Шоколад	4	16,0
Пи ФМ	33	12,7
Радио Си	19	11,4

Радиостанция	Количество точек вещания	Охват, млн
Радио Искатель	31	10,0
Радио Родных дорог	64	9,6
Питер FM	13	8,1
Радио Сибирь	32	7,5
Маруся FM	28	5,9
Спутник FM (Уфа)	40	3,7
Радио Юлдаш	59	3,5
Татар радиосы	16	3,5
L-Радио	11	3,0
Радио За облаками	6	2,5

РЕГИОНАЛЬНЫЕ/ЛОКАЛЬНЫЕ

Сетевое вещание в пределах 1–2 субъектов Российской Федерации
с охватом населения свыше 1 млн человек

Радиостанция	Количество точек вещания	Охват, млн	Регионы вещания
Казак FM	28	6,6	Краснодарский край, Крым
Радио Воскресенье	44	4,8	Свердловская область
Первое радио Кубани	24	4,5	Краснодарский край, Крым
Болгар Радиосы	37	3,9	Казань, Татарстан
Радио Ватан	15	3,0	Дагестан
Самарское губернское радио	23	2,7	Самарская область
Радио Континенталь	11	2,5	Челябинская область
Радио Крым	54	2,3	Крым
Интерволна	5	2,2	Челябинская область
Радио Югра	101	2,2	ХМАО, Тюменская область
Радио 54	17	2,1	Новосибирская область
FM на Дону	22	2,1	Ростовская область
Катунь FM	33	2,0	Алтайский край
Радио Образ	6	2,0	Нижегородская область
Кузбасс FM	10	1,9	Кемеровская область
Радио МСМ	12	1,8	Иркутская область, Бурятия
Приморская волна	19	1,8	Приморский край
Радио Море	47	1,8	Крым
БИМ радио	6	1,7	Татарстан
Радио Ашкадар	8	1,7	Башкортостан
Радио 3	7	1,6	Омская область
Радио для двоих	9	1,5	Ленинградская область
Липецк FM	22	1,5	Липецкая область
Чаваш Ен	8	1,5	Чувашия
Планета FM	21	1,4	Оренбургская область
Радио Ватан Седасы	13	1,4	Крым
Владивосток FM	9	1,3	Приморский край
Волна FM	19	1,3	Свердловская область
Таван Радио	10	1,1	Чувашия

Также к региональным сетям относятся радиостанция Первое радио Кубани (Краснодарский край и прилегающие территории).

Локальные станции

Наиболее популярные местные станции, входящие в число лидеров по аудитории в городе вещания:

- ▶ Эльдорадио (Санкт-Петербург)
- ▶ Радио МСМ (Иркутск)
- ▶ Юнитон (Новосибирск)
- ▶ Красная Армия (Тюмень)

Национальные радиохолдинги

Национальные радиохолдинги — группа компаний, в состав которых входит не менее двух сетей, в том числе не менее одной национальной.

Холдинг	Кол-во	Станции
ВГТРК	4	Радио России *, Вести FM, Маяк, Культура
Европейская медиагруппа	8	Европа Плюс, Дорожное Радио, Ретро FM, Радио 7 на семи холмах, Studio 21, Новое Радио, Калина красная **, Эльдорадио
Русская медиагруппа	5	Русское Радио, DFM, Радио Монте-Карло, Hit FM, Maximum
Газпром-Медиа (Радио)	9	Авторадио, Юмор FM, Радио Energy, Comedy Radio, Детское Радио, Like FM, Relax FM, Радио Romantika, Радио Зенит
Krutoy Media	6	Радио Шансон ⁴ , Love Radio, Радио Дача, Такси FM, Радио Русский хит, Восток FM
Мультимедиа холдинг	3	Наше Радио, Rock FM, Радио Джаз
Румедиа	2	Business FM, Радио Шоколад
M10медиа	4	Радио Ваня, Питер FM, Радио для двоих, Популярная Классика

* Красным цветом выделены национальные радиостанции.
 ** Синим цветом выделены межрегиональные радиостанции.
 Региональные и локальные радиостанции без выделения

Межрегиональные холдинги

Межрегиональные холдинги — группы компаний, вещающих по договору франшизы не менее, чем в 3 регионах.

Компания	Количество станций	Количество регионов
Выбери радио	136	20
Свежий ветер	81	8
Медиа траст	41	4
Радио Холдинг	47	12

⁴ Радио Шансон формально не входит в холдинг Krutoy Media; консолидируется на уровне материнской группы компаний «Сафмар».

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ЗАРУБЕЖНОЕ ВЕЩАНИЕ. РАДИО SPUTNIK

Общая информация: 17 стран, более 90 городов вещания

Страна	Радиостанция	Язык вещания	Частота вещания	Город, регион
Постсоветское пространство				
Армения	City FM	Русский, армянский	106,0	Ереван
	Радио Джан		90,1	Гюмри
Республика Абхазия	Абсны ФМ (ООО «Абхазия ФМ»)	Русский, абхазский	101,3	Гагра
			103,2	Сухум
	МидКом Плюс		105,9	Гудаута
			100,7	Очамчира
	А-Радио	102,1	Ткуарчал	
		101,7	Пицунда	
Южная Осетия	Империял	Русский, осетинский	106,3	Ленингорский район, Цхинвал
Киргизия	РЦТ	Русский, киргизский	89,3	Бишкек
			89,3	Каракол
			101,1	Талас
			101,9	Кызыл-Кия
			95,1	Нарын
			105,0	Чолпон-Ата
			107,1	Ош
Ближний Восток				
Ирак	Alrasheed Radio 91,5 FM	Арабский	91,5	Багдад
Турция	Meltem Radyo ve Televizyon Yayincilik A.S.	Турецкий	101,4	Бурса
			90,2	Коджаэли
			97,8	Стамбул
			91,0	Измир
			96,2	Анкара
Ливан	Радио Sputnik	Арабский	93,3	Бейрут, горный Ливан
Сирия	Радио Sputnik	Арабский	93,6	Дамаск, прибрежная часть Сирии
Европа				
Великобритания	Регион-Реклама	Русский	218,6	Лондон
Германия	Mega Radio	Немецкий	12С	Федеральная земля Гессен
Австрия	Mega Radio	Немецкий	11С	Вена
Швейцария	Mega Radio	Немецкий	10А	Берн
			9D	Цюрих

Окончание табл. со с. 25

Страна	Радиостанция	Язык вещания	Частота вещания	Город, регион
Республика Сербия	Студио Б	Сербский	100,8 99,1 105,4	Белград
	Радио Новости	Сербский	104,7 101,7 88,9 97,7 92,0 93,2 104,9 107,5 93,0 89,5 98,7	Белград Вране, Трговиште, Прешево, Буяновац, Владичин Хан Рума, Печинци, Стара-Пазова, Сремска-Митровица Босилеград, Сурдулица Ниш, Алексинац, Долевац, Сврлиг Крушевац, Брус, Александровац, Трстеник Пожаревац, Велико Градиште, Петровац-на-Млави, Смедерево, Смедеревска Паланка Аранджеловац, Младеновац, Топола Любовия, Байина Башта, Мали Зворник, Осечина Нови-Сад, Тител, Жабаль, Беочин Сомбор, Апатин, Оджац
Южная Америка				
Аргентина	Concepto FM	Испанский	95,5	Буэнос-Айрес
Уругвай	M24	Испанский	97,9 102,5	Монтевидео Мальдонадо
Северная Америка				
США	WZHF 1390 AM / RM Broaddcasting LLC	Английский	1390	Вашингтон
	Reston	Английский	105,5	Вашингтон
	KCXL (AM) / и FM трансляторы K275BQ, K284CH	Английский	1140 102,9 104,7	Канзас-Сити
Африка				
Мали	Maliba FM	Французский	99,5	Бамако

**ВЕЩАНИЕ РОССИЙСКИХ ФОРМАТОВ ЗА РУБЕЖОМ
ПО ДОГОВОРУ ФРАНШИЗЫ ⁵**

Страна	Количество точек вещания	Количество форматов	Название форматов
Казахстан	66	7	Европа Плюс (28) *, Ретро FM (13), Радио Дача (12), Love Радио (10), Русское радио (1), Радио Монте-Карло (1), Эльдорадио (1)
Беларусь	31	5	Мир (20), Европа плюс (3), Русское радио (3), Новое радио (3), Ретро FM (2)
Кыргызстан	16	5	Европа плюс (9), Мир (3), Ретро FM (2), Хит FM (1), Love радио (1)
Молдова	10	5	Новое радио (5), Радио 7 (2), Европа плюс (1), Ретро FM (1), Love радио (1)
Приднестровье	5	5	Русское радио (1), Новое радио (1), Дорожное радио (1), Радио Дача (1), Шансон (1)
Армения	4	4	Европа плюс (1), Русское радио (1), Мир (1), Радио Шансон (1)
Таджикистан	3	3	Европа плюс (1), Новое радио (1), Love радио (1)
Эстония	1	1	DFM (1)
Кипр	1	1	Русское радио (1)
Таиланд	1	1	Новое радио (1)

** В скобках указано количество точек вещания данного формата.*

КОММЕРЧЕСКОЕ ЗАРУБЕЖНОЕ ВЕЩАНИЕ

Matryoshka Radio London: Великобритания (Лондон, Глазго).

⁵ Источник: собственная статистика радиохолдингов



Технология
РАДИОВЕЩАНИЯ
И АУДИОРАСПРОСТРАНЕНИЯ

ЭФИРНОЕ ВЕЩАНИЕ

Крупнейшим партнером российских радиохолдингов остается ФГУП «Российская телевизионная и радиовещательная сеть» (РТПС). РТПС — естественная монополия в области связи. Предприятие ведет эфирную наземную трансляцию теле- и радиоканалов во всех регионах страны.

В 2010-е годы РТПС создал крупнейшую в мире цифровую эфирную телесеть. По итогам 2022 г. сеть включает 5051 передающую станцию и обеспечивает 98,6 % жителей России возможностью приема 20 обязательных общедоступных телеканалов и трех радиостанций («Радио России», «Маяк» и «Вести ФМ») ¹. Общий объем теле- и радиопрограмм, транслируемых РТПС, превышает 570 млн часов в год.

По состоянию на четвертый квартал 2023 г. на сети РТПС работают 3836 радиопередатчиков, что на 104 передатчика больше, чем годом ранее. Из них 1939 транслируют радиоканалы ВГТРК (на 17 больше, чем в октябре 2022 г.). 1897 радиопередатчиков задействованы для трансляции программ иных вещателей (на 87 больше, чем в октябре 2022 г.).

С 2018 по 2023 гг. РТПС и ВГТРК обновили и расширили государственную радиосеть в соответствии с Планом модернизации сетей аналогового эфирного вещания радиоканалов «Радио России», «Маяк» и «Вести ФМ».

Модернизация сводилась к следующим основным задачам:

- ▶ перевод вещания из УКВ в FM-диапазон;
- ▶ организация трансляции с объектов РТПС в населенных пунктах, где ранее трансляция велась с объектов сторонних операторов связи;
- ▶ организация вещания в новых населенных пунктах.

С 2018 г. по конец 2022 г. РТПС модернизировал и ввел в эксплуатацию суммарно 1886 радиопередатчиков ВГТРК: 1542 — «Радио России» (из них 25 — сторонних операторов связи), 192 — «Маяк» и 152 — «Вести ФМ». С 1 января 2022 года в интересах радиоканалов ВГТРК введено в эксплуатацию 111 передатчиков, в том числе 73 в 2022 г. («Радио России» — 40, «Вести ФМ» — 18, «Маяк» — 15) и 38 в 2023 году («Вести ФМ» — 16, «Маяк» — 14, «Радио России» — 8). Обновленная сеть «Радио России» в FM-диапазоне стала крупнейшей в мире.

По данным на четвертый квартал 2023 г. РТПС оказывает услуги связи на основании 276 лицензий на деятельность по связи, из них 208 для эфирного радиовещания и 4 для проводного. РТПС имеет 2921 разрешение на использование радиочастот (РИЧ) для аналогового радиовещания.

В отчетном периоде для стабильного функционирования объектов связи РТПС сформировал запасной фонд технических средств вещания, в том числе телевизионных и радиовещательных передатчиков и передающих антенн. Для обеспечения бесперебойного аналогового радиовещания в филиалы РТПС в 30 регионах России поставлено более 50 резервных радиопередатчиков.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ НОВАЦИИ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ РАЗРАБОТКИ В РАДИОВЕЩАНИИ И АУДИОРАСПРОСТРАНЕНИИ

СИНХРОННАЯ ПЕРЕДАЧА СИГНАЛА ДВУМЯ И БОЛЕЕ ПЕРЕДАТЧИКАМИ

Частая проблема радиовещателей — обеспечение устойчивой трансляции в районах со сложным рельефом. Эту задачу позволяет решить нестандартное техническое решение РТПС — организация синхронной передачи сигнала на одной FM-частоте в пределах зоны действия одной лицензии двумя передатчиками разной мощности, размещенными на территориально разнесенных объектах связи.

¹ Доклад руководителя РТПС о результатах финансово-хозяйственной деятельности РТПС в 2022 г. М., 2023. С. 5.

Существует два типа синхронной передачи FM-сигнала на одной частоте двумя и более передатчиками:

- ▶ «подсветка» дополнительным резервным передатчиком (100–200 Вт) в пределах зоны обслуживания основного, более мощного;
- ▶ цепочка из нескольких передатчиков вдоль автотрассы, где каждый передатчик основной и синхронизируется с соседним основным передатчиком.

Первый тип синхронизации опробован в Краснодарском крае в июле 2022 г. По заказу медиахолдинга «Макс Медиа Групп» РТРС установил второй передатчик радиостанции «Дорожное радио» в микрорайоне Блиново Адлерского района Сочи. Жители и гости Сочи и федеральной территории «Сириус» теперь принимают качественный звук без помех на частоте 106,9 МГц, в том числе на трассе Адлер — Сочи.

Второй тип синхронизации — «цепочка» — получил широкое распространение в европейских странах (например, в Приднестровье). В Европе государство специально выделяет под такую синхронизацию отдельную частоту, которую вещатели самостоятельно осваивают на региональном уровне. В 2022–2023 гг. этот вариант впервые был использован в России. При содействии РТРС вдоль холмистого изрезанного побережья в Республике Крым создали одночастотные цепочки радиостанции «Радио Крым» (семь точек на частоте 98,9 МГц и пять точек на частоте 91,3 МГц) и «Радио Море» (на частотах 90,4 МГц и 98,9 МГц).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АНТЕННЫ С КРУГОВОЙ ПОЛЯРИЗАЦИЕЙ

В последние годы во многих странах Европы и Северной Америки коммерческие FM-радиостанции стали чаще использовать антенны с круговой поляризацией². Это обусловлено рядом их преимуществ: устойчивость приема, уменьшение интерференционных замираний и замираний, вызванных высотной застройкой, лучшее проникновение сигнала внутрь помещений, меньшее по сравнению с другими типами антенн влияние погодных условий.

В 2022 г. РТРС впервые в своей практике реализовал антенную систему с круговой поляризацией³. Ранее в российском радиовещании обычно использовалась линейная поляризация (вертикальная, реже горизонтальная). Департамент радиовещания и радиосвязи РТРС предложил техническое решение, позволяющее реализовать режим круговой поляризации при сохранении двух независимых входов антенны с возможностью одновременной работы двумя группами передатчиков. Филиал РТРС «Челябинский ОРТПЦ» внедрил это решение в административном центре области, что позволило улучшить качество его покрытия радиовещанием.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЙРОСЕТЕЙ И АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Радиостанции всё обширнее осваивают цифровые технологии. Во многих странах идут эксперименты по использованию искусственного интеллекта, дополненной реальности и других новых технических решений для создания новостей и развлекательных программ. Радио задействует эти инструменты для расширения аудитории, укрепления имиджа актуального медиа⁴.

В феврале 2023 г. «Детское радио» впервые в истории отечественного радиовещания оживило виртуальных персонажей шоу с использованием мэппинга⁵. Теперь дети могут не только слышать героев программы «Утро с Веснушкой и Кипятошей», но и видеть их в онлайн-версии шоу, могут общаться с ними, присылать им свои рисунки, sms, фотографии, участвовать в играх, викторинах, видеть на экране свой ответ

² Круговая поляризация возникает, когда на две линейно поляризованные антенны, развернутые друг относительно друга на 90°, подаются два входных сигнала, сдвинутых по фазе на 90° друг относительно друга.

³ Хмелюк Ю.А., Шустерман Ф.Д., Середа К.Е. Антенная система для FM радиовещания с круговой поляризацией и возможностью одновременной работы двумя группами передатчиков // T-Comm: Телекоммуникации и транспорт. 2023. Том 17. № 6. С. 4–12.

⁴ <https://www.rbc.ru/life/news/64d9f8169a79476ae662ff93>

⁵ <https://rg.ru/2023/02/01/virtualnye-personazhi-detskogo-radio-ozhivaiut-v-realnom-vremeni.html>

и версии других участников. Такой интерактив вовлекает ребенка в процесс, помогает ему глубже понять творческий замысел каждого выпуска.

В марте 2023 г. DFM запустил на своем сайте экспериментальную радиостанцию Neuro Flow, созданную искусственным интеллектом. В соответствии с техническим заданием журналистов нейросеть придумала название, описание и создала обложку музыкального потока, написала около 200 треков, стиль которых близок к танцевальному хаусу. «Радиостанция может использовать нейросети для создания плейлистов, основанных на предпочтениях слушателей, анализа трендов и прогнозирования популярности музыкальных композиций, — рассказывает про проект сама нейросеть. — Это может помочь создать уникальный, более персонализированный и инновационный, музыкальный опыт для каждого слушателя и увеличить общую аудиторию радиостанции»⁶.

30 марта 2023 г. «Новое радио» провело вручение ежегодной музыкальной премии «Новое Радио Awards» в метавселенной с применением технологий расширенной реальности (Extended Reality, XR) и трёхмерного видео (Volumetric)⁷. Над проектом работали Sber AR/VR Lab при участии агентства «СберМаркетинг» и Hi-Fi-стриминга «Звук». Мероприятие состояло из концерта с использованием XR-технологий, церемонии награждения победителей с трансляцией в метавселенной и интерактива в метавселенной. Для входа в метавселенную достаточно было зайти на сайт metaverse.newradio.ru через любой браузер. Церемонию посмотрело свыше 3,7 млн зрителей в группе «Нового Радио» в VK, метавселенную посетило более 80 000 человек.

На конференции РАР «Локальное радио: инновации и перспективы» в июне 2023 г. генеральный директор «Дигитон Системс» Сергей Соколов представил доклад «Новые тренды на рынке оборудования и технических решений для радиовещания». Он обратил внимание на то, какие продукты, показанные на международных выставках и конференциях, стоит рассмотреть отечественной индустрии для внедрения в оригинальном или адаптированном виде или же в формате импортозамещения.

По мнению Сергея Соколова, «искусственный интеллект может вывести качество и актуальность радиоконтента на новый уровень при сокращении затрат на его производство». Он привел в пример разработку американской компании Futuri Media: в 2023 г. она запустила интернет-радиостанцию Radio GPT с первыми в мире радиоведущими, полностью управляемыми искусственным интеллектом⁸ (artificial intelligence, AI).

Разработка состоит из трех основных компонентов:

- ▶ языковая модель GPT-3 — это тип алгоритма AI, который может генерировать и понимать человеческий язык;
- ▶ система поиска историй в социальных сетях;
- ▶ технология синтеза речи.

⁶ <https://dfm.ru/news/all/ruskaia-mediagruppa-zapustila-internet-radiostantsiiu-polnostiu-sozdannuiu-neirosetiu>

⁷ <https://www.sostav.ru/publication/kak-pervaya-v-rossii-muzykalnaya-premiya-v-metavselennoj-privlekla-bolee-3-700-000-zritelej-kejs-sbera-i-novoe-radio-awards-60448.html>

⁸ <https://listen.streamon.fm/radiogpt>



RadioCPT
LIVE, LOCAL, AND POWERED BY AI

- ✓ автоматизация создания контента
- ✓ актуализация радио контента в соответствии с потребностями и предпочтениями слушателей
- ✓ озвучивание и редактирование
- ✓ повышения вовлеченности аудитории с помощью чат-ботов и виртуальных помощников
- ✓ определение предпочтений, интересов и текущего настроения аудитории для таргетинга рекламы

37

▲ Варианты использования AI в радиовещании

Источник: презентация гендиректора «Дигитон Системс» С.А. Соколова. Конференция РАР «Локальное радио: инновации и перспективы». 8–9 июня 2023 г.

На выставке CES 2023 была продемонстрирована новая функция DTS Autostage — персонализация радиоконтента, впервые реализованная в автомобиле. Система предлагает выбрать шесть любимых артистов и добавить список любимых радиостанций. После этого формируется раздел радио с персональными рекомендациями.

Выглядеть на равных со стриминговыми сервисами в автомобильной мультимедийной системе радиостанциям помогают метаданные: логотип, описание радиостанции, обложки и описание треков, расписание программ и прочее. Важное значение метаданным придают как вещатели, так и автопроизводители. На это указывают результаты опроса британской компании Radioplayer о том, какие факторы обеспечат лучший пользовательский опыт при прослушивании радио в автомобиле⁹.



Источник: презентация гендиректора «Дигитон Системс» С.А. Соколова. Конференция РАР «Локальное радио: инновации и перспективы». 8–9 июня 2023 г.

⁹ Источник: презентация гендиректора «Дигитон Системс» С.А. Соколова. Конференция РАР «Локальное радио: инновации и перспективы». 8–9 июня 2023 г.

РАДИО И АУДИО В ИНТЕРНЕТЕ

Аудиоконтент всё чаще слушают через умные колонки. Смарт-устройства от бурно развивающихся голосовых сервисов стремительно заселяются в дома. Претендуя на особое место в сфере интерактивных медиакоммуникаций, они вытесняют традиционные радиоприемники из «обитаемых» помещений, формируя новый пользовательский опыт. Во всем мире на руках населения насчитывается уже 640 млн умных устройств¹⁰, и это число неуклонно растет. По состоянию на первый квартал 2023 г. «Яндекс» продал свыше 6 млн станций с голосовым помощником Алисой.

По данным на август 2023 г., слушали радио через умные колонки уже 11 % россиян¹¹ (в Москве в апреле — июне 2023 г. 14 % слушателей за месяц).

В то же время, радиoproграммы — далеко не единственный источник аудиоконтента в умных устройствах: их пользователям также доступны музыкальный стриминг, подкасты и аудиокниги.

По мнению экспертов, конкуренция радио с диджитал не перетягивает аудиторию, а скорее дает ей разнообразие. Например, на платформе «VK Музыка» радио слушают значительно дольше, чем музыку. В среднем на прослушивание музыки пользователи сервиса тратят 20 минут в день, на слушание эфирных радиопотоков — более двух часов¹².

По итогам 2022 г. объем музыкального стриминга в России впервые снизился¹³. По оценке большинства аналитиков и дистрибуторов, рынок сократился на 30–50 %, до 7 млрд рублей. Причиной изменений стал уход из страны крупных зарубежных площадок Spotify и Deezer, а также запрет на оплату российскими банковскими картами подписки на Apple Music и YouTube Music. 80 % пользователей зарубежных сервисов уже к августу 2022 г. мигрировали на отечественные платформы, значительная часть новых подписчиков воспользовалась бесплатными пробными периодами. В результате аудитория сервиса «Звук» (входит в подписку «Прайм» «Сбера») в 2022 г. выросла на 30 %. Количество подписчиков «Яндекс Плюс» на четвертый квартал 2022 г. достигло 15,8 млн (рост на 53 %), в первом квартале 2023 г. — 22,1 млн. В 2023 г. интерес к отечественным стримингам усилился, россияне стали в 1,7 раза больше пользоваться ими по сравнению с 2021 г.¹⁴

По данным Tinkoff Data за март 2023 г. средние траты клиентов Тинькофф на стриминговые подписки достигли 388 руб. в месяц. В апреле 2023 г. стоимость экосистемной мульти-подписки, в которую входит музыкальный стриминг, составляла 299 рублей в месяц у «Яндекс Плюс» (после 60 дней промо), 169 рублей в месяц у VK Combo (после 30 дней промо), 199 рублей у «СберПрайм» (после 30 дней промо)¹⁵.

Общее время прослушивания радио в Hi-Fi-стриминге «Звук» (приложение + взб) за пять месяцев 2023 г. увеличилось вдвое — до восьми часов в месяц¹⁶. Особенность сервиса — возможность транслировать звук в lossless формате, то есть в Hi-Fi качестве, без сжатия и компрессии. Это единственный российский сервис с опцией стриминга музыки в этом качестве. Однако, чтобы почувствовать разницу между Hi-Fi режимом «Звука» и MP3 трансляцией в «Яндекс Музыке» и «VK музыке» с битрейтом в 320 Кбит/с, необходима стационарная Hi-Fi система или дорогие полноразмерные проводные наушники.

По оценкам аналитиков, к концу 2023 г. рынок музыкального стриминга в России может вырасти на 15–20 %. Компенсировать падение 2022 г. на 30–50 % все еще не удастся. По мнению экспертов, рост сдерживают пиратские приложения, позволяющие прослушивать недоступные в легальных сервисах треки, а также сервисы, позволяющие купить подписки на прекратившие работу в России платформы¹⁷.

10 <https://www.gpmradio.ru/news-page/uid/31086>

11 <https://www.rbc.ru/life/news/64d9f8169a79476ae662ff93>

12 Там же.

13 <https://www.kommersant.ru/doc/5810459>

14 <https://journal.tinkoff.ru/streaming-stat/>

15 <https://rg.ru/2023/04/24/sila-zvuka.html>

16 <https://www.gpmradio.ru/news-page/uid/31086>

17 <https://www.kommersant.ru/doc/5915005>

В апреле 2023 г. сервис Anketolog.ru провел опрос пользователей музыкальных стриминговых сервисов. Большинство участников исследования (60 %) используют только бесплатные версии музыкальных площадок, 10 % всегда приобретают подписку, 30 % пользуются как бесплатными, так и платными версиями¹⁸.

Платную подписку оформляют чаще всего на «Яндекс.Музыке» (63 %). Также 18 % пользуются платно сервисом «VK Музыка», 6 % — МТС Music. Несмотря на сложности с оплатой, 11 % приобретают подписку на Apple Music, 6 % — YouTube Music (например, оплачивают со счета мобильного телефона). 4 % опрошенных обходят блокировку и продолжают пользоваться Spotify, и 1 % — платформой Deezer.

Что касается бесплатных версий сервисов, 44 % пользуются «Яндекс.Музыкой», и 41 % — YouTube Music. Более четверти (28 %) слушают музыку на Zaycev.net, 18 % — во «ВКонтакте», 6 % пользуются бесплатно МТС Music, 3 % оформили пробный период на Apple Music, тоже по 3 % слушают музыку на сервисах «Звук» и SoundCloud.

В феврале 2023 г. «Газпром-медиа холдинг» (ГПМХ) остановил работу над музыкальным стримингом «Аудиоклуб»¹⁹. Холдинг сфокусировался на развитии дистрибуции аудиоконтента через Rutube и Yappy. Кроме того, сохраняет востребованность принадлежащее ГПМХ старейшее онлайн-радио в России 101.ru²⁰.

Осенью 2023 г. «Русская медиагруппа» объявила о планах запустить новую стриминговую платформу и начать цифровое радиовещание в дружественных странах²¹.

Единый индустриальный радиоплеер

Усиливает позиции на рынке единый индустриальный радиоплеер²² — цифровая платформа для распространения эфирных радиоканалов в интернете, которая начала работу в декабре 2020 г. Его интеграция в крупные партнерские онлайн-сервисы сыграла существенную роль в приросте слушателей. С конца весны по конец осени 2022 г. число уникальных пользователей сервиса выросло на 45 %, к 25 ноября 2022 г. оно достигло 260 443²³. Рост заходов на сайт и в приложения радиоплеера составил 83 % (2 672 984), а количество запусков радиостанций увеличилось на 79 % (7 783 990).

В мае 2023 г. сервис слушали 1,4 млн раз (почти 343 тыс. уникальных пользователей), общее время прослушивания составило почти 62 млн минут²⁴. В июне 2023 г. 405 тыс. уникальных слушателей включали радиоплеер 1,6 млн раз, суммарное время слушания достигло 73,2 млн минут. 21,42 % слушателей приходилось на Москву, 7,45 % на Санкт-Петербург. В пятёрку регионов, жители которых чаще всего пользуются сервисом, также вошли Свердловская область (4,99 %), Краснодарский край (4,89 %) и Новосибирская область (3,61 %).

В мае 2023 г. новая версия единого радиоплеера появилась в официальных магазинах App Store, Google Play, App Gallery (Huawei) и RuStore²⁵. Представленность радиоплеера в четырех основных магазинах приложений для операционных систем мобильных устройств позволила расширить каталог радиостанций сервиса. Радиоплеер стал доступен в разделе «Радиостанции» VK Музыки — как в десктопной, так и в мобильной версии «ВКонтакте»²⁶. У владельцев автомобилей с функцией CarPlay и техники Apple появился безопасный способ прослушивания радиостанций за рулем²⁷.

В августе 2023 г. радиоплеер был интегрирован в раздел «Музыка» социальной сети «Одноклассники»²⁸.

Основные площадки прослушивания радиоплеера, кроме его сайта и мобильных приложений, — это «ВКонтакте», устройства и сайт «Сбера».

18 <https://iom.anketolog.ru/2023/04/17/muzykal-nye-servisy>

19 <https://www.kommersant.ru/doc/5811252>

20 <https://top.mail.ru/Rating/MassMedia-Radio/Today/Visitors/1.html>

21 <https://www.sostav.ru/publication/russkaya-mediagruppa-63803.html>

22 <https://radioplayer.ru/>

23 https://www.radioacademy.ru/radioplayer_news/post/117

24 https://www.radioacademy.ru/radioplayer_news/post/137

25 https://www.radioacademy.ru/radioplayer_news/post/124

26 https://www.radioacademy.ru/radioplayer_news/post/135

27 https://www.radioacademy.ru/radioplayer_news/post/132

28 https://www.radioacademy.ru/radioplayer_news/post/146

В сентябре 2023 г. количество слушателей радиоплеера достигло почти 3,8 млн (+32,27 % к августу 2023 г.), из них уникальных 1,35 млн (+30,16 %). Общее время прослушивания составило 127,6 млн. 60,8 % слушателей — мужчины, 39,2 % — женщины.

По состоянию на четвертый квартал 2023 г. завершены следующие партнерские интеграции единого радиоплеера: SberDevices, «Звук» (сайт и мобильные приложения), «ВКонтакте», «VK Музыка», «Одноклассники».

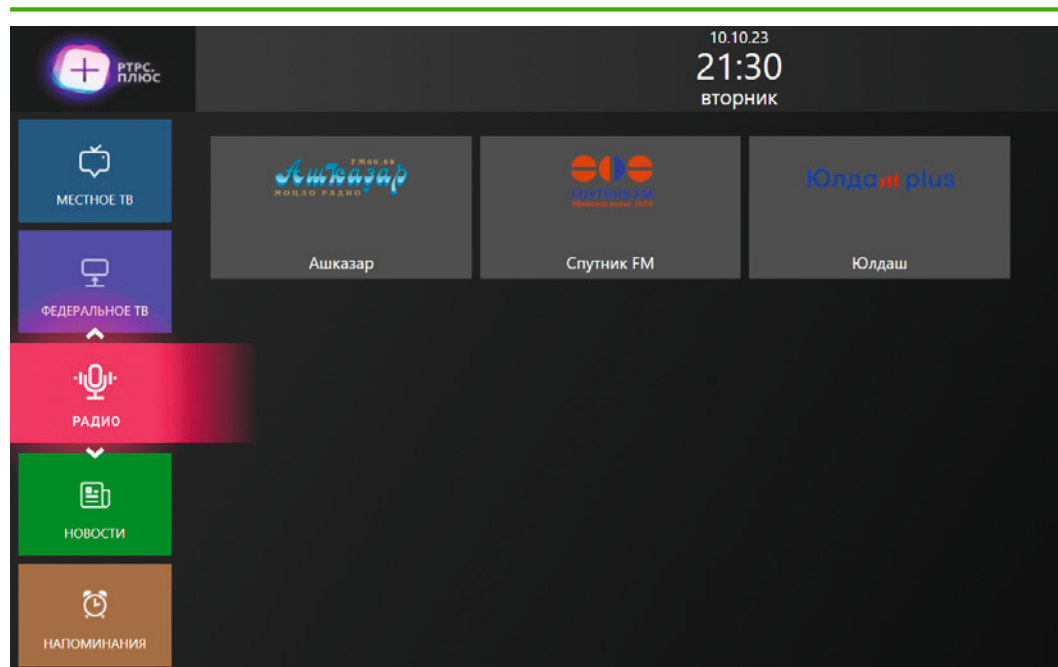
В каталоге индустриального радиоплеера доступно более 100 федеральных, региональных и локальных радиостанций²⁹: эфирные станции собственного программирования (собственные FM-форматы) — 61, с учетом региональных партнеров сетевых радиостанций — 310, дополнительные цифровые продукты — 100. Список участников пополняется.

Совокупная аудитория радиоплеера на всех площадках, включая партнерские, в 2023 г. показывала рост от 10 до 30 % ежемесячно.

К октябрю 2023 г. наибольшее количество прослушиваний радиоплеера фиксируется в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Краснодаре и Ростове-на-Дону.

ОТТ-ПЛАТФОРМА «РTPC.Плюс»

В 2022 г. RTPC разработал собственную ОТТ-платформу «РTPC.Плюс» для распространения телевизионного и радиоконтента³⁰. Платформа может распространять как федеральные, так и региональные и муниципальные теле- и радиoprogramмы.



▲ Раздел «Радио» в меню платформы «РTPC.Плюс» (Башкортостан) в октябре 2023 г.

Источник: RTPC.

В 2023 г. RTPC начал тестовое вещание на платформе: с февраля в Свердловской области, с августа в Республике Башкортостан, с октября в Новосибирской области. Сервис доступен в этих регионах владельцам телевизоров с поддержкой стандарта HbbTV и с подключением к интернету. Жители всех регионов России также могут зайти на платформу «РTPC.Плюс» с гаджетов: планшетов и мобильных устройств. Для этого нужно скачать приложение в RuStore³¹ или AppStore³².

²⁹ https://www.radioacademy.ru/radioplayer_news/post/135

³⁰ <https://ekburg.rtrs.ru/rtrspplus/>

³¹ <https://apps.rustore.ru/app/com.tviz.rtrs>

³² <https://apps.apple.com/ru/app/%D1%80%D1%82%D1%80%D1%81-%D0%BF%D0%BB%D1%8E%D1%81/id6444248134>

По состоянию на четвертый квартал 2023 г. помимо 20 обязательных общедоступных и трех общероссийских неэфирных телеканалов в проекте участвуют 13 свердловских телеканалов и две радиостанции (Радио Си, НВК), четыре башкирских телеканала и три радиостанции (Ашказар, Спутник FM и Юлдаш) и новосибирский телеканал ОТС.

Предполагается, что платформа «РТРС.Плюс» поможет региональным и муниципальным теле- и радиокомпаниям сохранить и расширить аудиторию.

ПОДКАСТЫ

В мире продолжается бум подкастинга. Драйвером стала пандемия COVID-19: вынужденная самоизоляция привела не только к взрывному росту аудитории и количеству подкастов на рынке, но и увеличила продажи умных колонок на 22 % в 2020–2021 гг. Теперь умные колонки — самое популярное средство прослушивания подкастов.

На рынке США, крупнейшем в мире рынке подкастов, количество скачиваний в 2022 г. увеличилось на 20 %³³, активная аудитория выросла более чем на 20 % до 100 млн человек, 78 % взрослых американцев заявляют, что знакомы с подкастами³⁴, прогнозируемый бюджет рекламы в подкастах к 2024 году составляет \$4 млрд³⁵.

В остальном мире число слушателей подкастов тоже поступательно растет. Например, 38 % взрослых канадцев заявили, что включали подкасты в 2022 г., в Италии таких оказалось 48 % от общего числа опрошенных пользователей интернета.

РОСТ ПОДКАСТОВ ВО ВСЕМ МИРЕ

США

+ 20% (кол-во скачиваний)

активная аудитория: **100 млн.** (82 млн. в 2021 г.)

Бюджет рекламы: **4 млрд. долларов** прогноз
к 2024 г. (1,4 млрд. в 2021 г.).

Россия

+ 50% (кол-во переходов Podcast.ru в 2022 г.)

знают о подкастах: **58%** в 2022 г. (43% в 2020 г.)

Бюджет рекламы: **0,59 млрд. рублей**
прогноз на 2022 г. (0,33 млрд. руб. в 2021 г.).



3

Источник: презентация гендиректора «Дигитон Системс» С.А. Соколова. Конференция РАР «Локальное радио: инновации и перспективы». 8–9 июня 2023 г.

По другим данным, по итогам 2022 г. доля слушателей подкастов в США впервые сократилась: с 41 % от общего числа интернет-пользователей до 38 %³⁶. Участники рынка стали говорить о том, что индустрия пережила первый этап ажиотажа и хайпа и начала входить в период зрелости и коррекции. Теперь многим компаниям придется пересмотреть бизнес-модели в области подкастинга.

33 Triton Digital's 2022 Podcast Report. U.S. Podcast Landscape Year-End Recap, Trends & Takeaways. P. 4. URL: <https://info.tritondigital.com/hubfs/2022%20U.S.%20Podcast%20Report.pdf>

34 <https://www.kommersant.ru/doc/6208967>

35 <https://www.mn.ru/smart/nagovorili-na-czeloe-sostoyanie-k-2024-godu-industriya-podkastov-v-ssha-vyrastet-do-4-mlrd>

36 <https://www.forbes.com/sites/qai/2023/02/02/media-2023-podcasting-after-the-hype-by-the-numbers/?sh%3D3c9c63f477e5&sa=D&source=docs&ust=1697099982288252&usg=AOvVaw3VXTbCm3bKwJ6GFOmTk1>

По прогнозам Market.us, в 2023 г. количество слушателей подкастов достигнет 465 млн, в 2024 г. — 505 млн ³⁷ (еще в 2019 году их было 275 млн).

Среди приложений на рынке подкастов лидирует Apple Podcasts (37,4 %), далее следует Spotify — 26,8 %. За ними с большим отставанием идут Google Podcasts (2,4 %), Castbox (2,0 %) и веб-браузеры (2,9 %).

В России сервис Podcast.ru зафиксировал в 2022 г. рост количества переходов на подкасты по ссылкам на 50 % ³⁸. Согласно исследованию Tiburon Research от сентября 2022 г., 58 % опрошенных знали о существовании подкастов, а 35 % хотя бы раз в месяц слушали их (онлайн-опрос мужчин и женщин в возрасте от 16 до 55 лет в городах России с населением более 100 тысяч человек. Выборка — 500 интервью) ³⁹.

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РАДИОСТАНЦИЙ

В 2022 г. СМИ оказались в пятерке самых атакуемых отраслей со стороны хакеров ⁴⁰. В 2022–2023 гг. зафиксирован ряд взломов интернет-потоков радиостанций и телеканалов, стриминговых сервисов (Республика Крым, Санкт-Петербург, Приморье, Тульская область, Краснодарский край, приграничные регионы). В основном взломы происходят через сетевую инфраструктуру за счёт эксплуатации уязвимостей в IT-системе организации. С помощью подмены сигнала хакеры вбрасывают в СМИ фейки и другую дискредитирующую информацию, дестабилизирующую общество ⁴¹.

С 10 по 25 мая 2023 г. группа компаний «Тракт» провела исследование, посвященное вопросам информационной безопасности (ИБ) на российских радиостанциях ⁴².

89 % опрошенных радиостанций согласны, что потенциально могут стать целью хакерских атак ⁴³. 63 % радиостанций уже столкнулись с проблемами в области ИБ (в Москве таких 92 %).

По типу радиостанций среди столкнувшихся с проблемами в сфере ИБ 68 % занимают головные станции сети, почти в три раза меньше — эфирные точки сети (23 %), оставшуюся долю занимают самостоятельные эфирные точки и ретрансляторы.

Самая многочисленная группа инцидентов в области ИБ на радиостанциях связана с проникновением вирусов, поражающих ресурсы сетевой инфраструктуры. Целебно направленно подменять радиопрограммы начали только в 2022 г., но с этой проблемой столкнулись уже 22 % респондентов.

В радиовещании ИБ в основном занимаются IT-отделы, инженеры и собственные профильные службы. В регионах выделилась ещё одна группа — инициативные сотрудники, часто с творческими специальностями. В 11 % случаях у региональных радиостанций нет специалистов, ответственных за ИБ.

27 % опрошенных радиостанций уже проводят необходимые мероприятия ИБ, оставшиеся 73 % считают, что количество таких мероприятий необходимо увеличить.

Базовые мероприятия информационной безопасности, по версии авторов исследования:

- ▶ резервные копии (бэкапы);
- ▶ обновление систем;
- ▶ регулярное обновление паролей;
- ▶ блокировка пользователей и доступов;
- ▶ стандартная цифровая гигиена: двухфакторная аутентификация, блокировка экранов и другое;
- ▶ обучение сотрудников.

³⁷ <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2023/05/15/2668930/0/en/Podcasting-is-Becoming-Popular-Because-of-its-Accessibility-Flexibility-and-Wide-Range-of-Content-Which-Caters-to-Diverse-Listener-Interests.html#:~:text=By%20April%202023%2C%20464.7%20million,podcast%20listeners%20around%20the%20world.>

³⁸ <https://podcasts.ru/itogi2022/>

³⁹ <https://tiburon-research.ru/cases/auditoriya-podkastov>

⁴⁰ <https://cio.osp.ru/news/210622-Positive-Technologies-rastet-chislo-atak-s-unichtozheniem-dannyh>

⁴¹ <https://rspectr.com/novosti/roskomnadzor-gotovitsya-k-provedeniyu-konkursov-na-radioveshhanie-v-novyh-regionah-rossii>

⁴² <https://datalens.yandex/gts5n7qioaoaz?tab=X7>

⁴³ <https://tract-soft.ru/infosecurity>

Основные выводы исследования:

- ▶ Изолированная сеть для эфирной инфраструктуры сразу значительно снижает уровень опасности.
- ▶ Безопасность — это процесс, которым кто-то в компании должен заниматься на регулярной основе.
- ▶ Важно обучать (и просвещать) сотрудников, поскольку основной вектор атак — это человек.
- ▶ Чтобы понять, насколько хорошо устроена защита радиостанции, рекомендуется провести аудит или пентест — тестирование, которое помогает оценить безопасность компьютерных систем или сетей средствами моделирования атаки злоумышленника.

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В ОТРАСЛИ ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЯ

Сохранившийся кадровый потенциал, его компетенции и современная производственная база лучших отечественных компаний позволили в значительной степени нивелировать риски технологической изоляции в условиях ограничительных мер со стороны недружественных стран.

Отечественные производители занимают доминирующее положение на рынке в части поставки передатчиков, передающих антенн и другого сопутствующего оборудования для организации радиовещания. Однако из-за отсутствия отечественных производителей высокочастотных коаксиальных кабелей поставки этой продукции по-прежнему затруднены и сильно зависят от вводимых санкционных ограничений, а цена привязана к курсу иностранных валют.

Российские производители передатчиков DVB-T2 — «НПП „Триада-ТВ“», «Алмаз-Антей Телекоммуникации» и «Микротек» — способны полностью покрыть потребности РТРС по поставкам передатчиков для замены выработавших свой технический ресурс⁴⁴.

Положительные тенденции наблюдаются на рынке абонентского оборудования: большинство продаваемых в России телевизоров производится в стране. Подавляющая часть электронных компонентов, используемая в этих телевизорах, — импортного производства, однако наличие собственных заводов-изготовителей создает принципиальную возможность их импортозамещения. В качестве примера можно привести компанию «Квант», которая выпускает телевизоры на основе собственной моноплаты с использованием отечественных компонентов, что позволило включить устройства в реестр оборудования российского происхождения Минпромторга.

Ряд российских компаний не только разрабатывают и производят высокотехнологичное телевизионное оборудование и ПО, но и успешно конкурируют на международном рынке с ведущими мировыми вендорами. Elecard из Томска — один из общепризнанных мировых лидеров в области разработки кодеков цифрового телевидения и систем мониторинга телевидения. Компания имеет офисы по всему миру, ее клиенты — свыше 9700 компаний из 150 стран. Elecard совместно с «Софт-Лаб НСК» стали головным подрядчиком создания системы телевизионного вещания со стадионов чемпионата мира по футболу в 2022 г. в Катаре. В 2022 г. Elecard также начал поставки своего ПО китайским компаниям.

«Софт-Лаб НСК» — ведущий разработчик систем автоматизации эфира и оборудования для региональных телевизионных студий. Компания из Новосибирска работает на этих рынках более 30 лет, имеет сеть продаж в 32 странах мира.

Вместе с тем профессиональное оборудование для телевизионных студий, включая камеры и объективы для них, системы монтажа и серверы хранения, матричные коммутаторы и еще целый ряд устройств стали дефицитными, так как не имеют российских аналогов. Из-за крайне высокой технической сложности и малого объема рынка для таких устройств в России их полное импортозамещение может быть экономически нецелесообразным. По мнению экспертов, для решения задачи могут потребоваться нестандартные решения, например, запуск совместных проектов с китайскими компаниями.

⁴⁴ <https://telesputnik.ru/materials/gov/mneniya/alternativy-importozameshheniyu-net>

ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ И ПОСТАВЩИКИ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ РАДИОВЕЩАНИЯ

Вид оборудования	Производитель / поставщик
FM-антенна	ООО «НПК Микротек», ОКБ «Альфа», АО «Март»
FM-передатчики	ООО «НПК Микротек», ООО «НПП Триада», ОКБ «Альфа», АО «Март», ФГУП «НИИР „СОНИИР“», Радиозавод имени А.С. Попова
Спутниковый приемник, IP-кодер, IP-декодер	ООО «С-Пласт», ООО «МК-Гермес», ООО «Энтерпак», ООО «СВН ТВ», «Тракт», «Дигитон», Радиозавод имени А.С. Попова
Устройства сложения сигналов	АО «Прима Телеком», ООО «НПП Триада», ОКБ «Альфа», ООО «Фирма Радиал», АО «Март», ФГБОУ МТУСИ

Источник: РТРС

Российские производители продолжают предлагать новые технические решения по импортозамещению иностранного оборудования для радиовещания. Ниже представлено несколько примеров таких решений от компаний «Дигитон» и «Тракт».

Студийное оборудование «Дигитон» наладил поставки студийного оборудования из Аргентины. Аргентинская компания Solidyne, основанная в Буэнос-Айресе в 1968 г., считается старейшим в мире производителем радиовещательных микшеров, предлагает всю линейку радиовещательного оборудования собственной разработки, имеет 9 патентов, 11 раз отмечалась наградами за инновации и дизайн в Аргентине и США. Флагманский радиовещательный пульт, производимый компанией Solidyne, поставляется на российский рынок под торговой маркой Digiline, принадлежащей «Дигитон».

В декабре 2022 г. в Россию была ввезена первая партия цифровых микшерных консолей Digiline BMC.124. Первой радиостанцией, которая установила произведенный в Аргентине под российским брендом пульт, стала «Марий Эл Радио», вещающая на марийском, русском и татарском языках из Йошкар-Олы по всей Республике Марий Эл⁴⁵.



▲ Цифровая 24-канальная микшерная консоль Digiline BMC.124

Источник: «Дигитон».

45 https://digiton.ru/press-center/news/news_2808/

Digiline BMC.124 — это цифровая 24-канальная радиовещательная микшерная консоль, которая имеет 12 физических фейдеров и 12 виртуальных фейдеров на встроенном дисплее с тачскрином⁴⁶.

Каналообразующее оборудование «Дигитон» разработал дуплексный IP-кодек Digiline DIP.100 для доставки программ звукового радиовещания, который функционально не уступает ушедшим с российского рынка импортным приборам.

27 апреля 2023 г. Минцифры России зарегистрировало декларацию о соответствии средства связи на звуковой IP-кодек Digiline DIP.100 в своём реестре деклараций⁴⁷. DIP.100 имеет и декларацию Евразийского Экономического Союза.

Наличие деклараций и российское происхождение позволяют использовать кодеки DIP.100 при проектировании любых объектов связи общего пользования, в том числе критической государственной инфраструктуры.



▲ Звуковой IP-кодек Digiline DIP.100

Источник: «Дигитон».

Новые технологии «Дигитон» предложил новое решение для организации и автоматизации радиовещания, которое увеличивает технологическую независимость российской радиоиндустрии, заменяя собой от трех до шести отдельных устройств, необходимых в любом передающем комплексе FM-радиовещания. Станция автоматизированного радиовещания Digiline DRC.200 реализована по принципу «все в одном» (система автоматизации эфира, профессиональная звуковая карта, IP-декодер, детектор тишины, УКВ-ЧМ приёмник, логгер, RDS-кодер, FM-процессор) и имеет встроенное программное обеспечение (прошивка) на базе ядра Linux⁴⁸. Digiline DRC.200 позволяет полностью отказаться от использования ОС Windows на стороне передатчика и на стороне студии, использует новые методы доставки контента на базе облачных сервисов, обеспечивает высокую защиту эфира радиостанции от взлома.

В условиях дефицита в радиоиндустрии квалифицированных кадров, в том числе технических специалистов⁴⁹, а также после ухода с российского рынка западных производителей оборудования, станция Digiline DRC.200 существенно упростила организацию трансляции региональных FM-ретрансляторов федеральных сетей и локальных региональных радиостанций. Техническое решение обеспечивает значительное сокращение операционных расходов, предоставляет возможности мониторинга, сокращает энергопотребление.

В условиях острой нехватки квалифицированных кадров в радиоиндустрии, которая особенно ощущается в регионах, а также после ухода с российского рынка западных производителей оборудования, станция Digiline DRC.200 существенно упростила организацию трансляции региональных FM-ретрансляторов федеральных сетей и локальных региональных радиостанций. Техническое решение обеспечивает значительное сокращение операционных расходов, предоставляет возможности мониторинга, сокращает энергопотребление.

⁴⁶ <https://digiton.ru/catalog/digiline-bmc124/>

⁴⁷ https://digiton.ru/catalog/ip-codecs_2059/

⁴⁸ https://digiton.ru/catalog/broadcast_stations_2355/

⁴⁹ Так, по данным сайта сервиса Headhunter на 06.12.2023 за месяц на сайте были активными 1702 вакансии по запросу с ключевым словом «Радио», что составляем не менее 5 % занятых в отрасли.



▲ Вещательная станция Digiline DRC.200

Источник: «Дигитон».

Автоматизации радиовещания с поддержкой отечественных ОС Компания «Тракт» разрабатывает систему «Тоника» — российский программный комплекс для автоматизации радиовещания с поддержкой отечественных операционных систем (ОС) и систем управления базами данных (СУБД). «Тоника» находится в активном развитии с середины 2023 г. и выводится на рынок по мере разработки новых компонентов. На первом этапе в 2023 г. разработана серверная часть, обеспечена поддержка отечественных ОС на серверах. На втором этапе в 2024 г. планируется разработка конфигураций для автоматического вещания, планирования, доставки контента. На третьем этапе в 2025–2026 гг. планируется разработка конфигураций для монтажа, живых эфиров, новостей и другого функционала. «Тоника» полностью совместима с приложениями системы автоматизации «Дигиспот», которую используют в государственном радиовещании.



4

Аудитория РАДИО

СИСТЕМА ИЗМЕРЕНИЙ АУДИТОРИИ РАДИО И АУДИО В РАЗЛИЧНЫХ СРЕДАХ И ЕЁ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ

В 2023 г. основным измерителем аудитории радио в России является компания Mediascope: данные именно этой компании по общему согласию используются всеми радиохолдингами, основными национальными и местными радиовещателями, рекламными агентствами и крупнейшими рекламодателями.

В рамках проекта Radio-Index Mediascope оценивает объем аудитории радиостанций, представляет регулярно обновляемые результаты для анализа характеристик и предпочтений аудитории, социально-демографические профили, дает информацию по местам, способам и продолжительности прослушивания радио в течение дня среди жителей страны. Пользователи проекта Radio Index получают данные по всей России в целом и по 21 крупнейшему городу. Также отдельные проекты измерения аудитории радио есть в Москве и Санкт-Петербурге. Данные проекта Radio Index помогают радиостанциям программировать эфир, а рекламодателям и рекламным агентствам планировать и анализировать рекламные кампании на радио.

В рамках проекта «Radio Index — Россия» измеряется около 30 национальных радиостанций. Выборка в рамках исследования репрезентирует постоянное городское население России в возрасте 12 лет и старше, проживающее в городах с численностью населения свыше 100 тысяч человек (проект Россия 100 000+) — 63,78 млн человек. Исследование проводится в 166 городах России. Объем выборки составляет не менее 145 000 респондентов в год. В рамках отдельного проекта «Radio Index — Города» предоставляется информация по объемам и характеристикам аудитории центральных и местных радиостанций в крупнейших городах России. Официальные данные по исследованиям публикуются 4 раза в год. До 2019 г. данные по городам поставлялись 2 раза в год.


СПИСОК ГОРОДОВ (БЕЗ УЧЕТА МОСКВЫ И САНКТ-ПЕТЕРБУРГА), ИЗМЕРЯЕМЫХ В РАМКАХ ИССЛЕДОВАНИЯ «RADIO INDEX — ГОРОДА» В 2023 г.

Число городов и проводимых в них интервью, в рамках проекта «Radio Index — Города» (возраст 12+) исследовательской компании Mediascope в 2023 г.*

№	Город	Количество интервью в волну	№	Город	Количество интервью в волну
1	Воронеж	2500	11	Самара	2500
2	Екатеринбург	2500	12	Саратов	2500
3	Казань	2500	13	Тюмень	2500
4	Краснодар	2500	14	Хабаровск	2500
5	Красноярск	2500	15	Челябинск	2500
6	Нижний Новгород	2500	16	Волгоград	1600
7	Новосибирск	2500	17	Сочи	1600
8	Омск	2500	18	Тольятти	1600
9	Пермь	2500	19	Уфа	1600
10	Ростов-на-Дону	2500			

* Без Москвы и Санкт-Петербурга

В рамках проекта «Radio Index — Москва» репрезентируется население города в возрасте 12 лет и старше — 10,94 млн человек, измеряется 43 радиостанции. Объем выборки в Москве — не менее 587 000 респондентов в год. В Санкт-Петербурге также репрезентируется население в возрасте 12 лет и старше — 4,67 млн человек, измеряется



35 радиостанций. Объем выборки — не менее 28 тысяч в год. Официальные данные по Москве и Санкт-Петербургу предоставляются ежемесячно. Все опросы проводятся непрерывно в течение года, за исключением новогодних праздников.

Также у компании Mediascope есть отдельный проект по малым городам России — Radio Mosaic. Основная задача Radio Mosaic — предоставление информации об объемах и структуре аудитории радиостанций в городах России, данных по которым нет в постоянно идущем измерении Radio Index. Проект «Аудитория радио в малых городах России» репрезентирует население отдельных городов 18 лет и старше с 2013 г. Список городов исследования формируется исключительно по запросу заинтересованных компаний. В 2022 г. исследование Radio Mosaic проводилось в Барнауле, Иркутске, Калуге; в первом полугодии 2023 г. не проводилось. Данные по исследованию Radio Mosaic предоставляются 2 раза в год.

Существуют также локальные исследовательские компании, которые занимаются оценкой аудитории радио в городах. Например, брендинговое агентство Tom Garret в Кирове, маркетинговое агентство «Делфи» в Омске. Основным измерителем аудитории радио для агентств, холдингов и других игроков на рынке медиа остаются данные компании Mediascope.

Впервые исследование Radio Index в компании Mediascope запустили в 2000 г. Опрос построен на методике Day-After-Recall — это одна из основных широко используемых методик измерения аудитории радио в мире. Исследование проводится с помощью телефонных интервью в сочетании с онлайн-анкетированием. За последние годы основной тенденцией измерений является увеличение доли опросов на мобильных телефонах и смартфонах, а также доли онлайн-опросов, которые также будут только расти. Так в 2017 г., в проекте Radio-Index процент онлайн-анкет в исследованиях составлял всего 20 %, телефонные опросы на городских телефонах — 60 % в Москве и Санкт-Петербурге и 70 % в остальных городах России, а доля интервью на мобильных телефонах составляла 20 % и 10 % соответственно. За последние годы ситуация кардинально изменилась. Доля онлайн выросла до 35 %, количество интервью с помощью мобильных телефонов составляет сейчас уже 60 %, а доля опросов на городских телефонах сократилась до 5 %. При этом возможности онлайн-панелей ежегодно расширяются и увеличиваются в количестве участников, а анкеты легко визуализируются и адаптируются под новые устройства.

Следует отметить, что измерение Radio Index ограничено исключительно городским населением, причем проживающим в городах с населением 100 000 человек и более. Переход на измерение всей аудитории старше 12 лет (аудитория 0+) не поддерживается индустрией вследствие экономической нецелесообразности.

Помимо опросных методик оценки аудитории радио также тестируется направление электронных измерений — это могут быть портативные устройства, автоматически регистрирующие радиослушание, технология audio-matching, когда идет запись аудио и сопоставление с эфиром, watermarking — кодирование эфира беззвучными метками. К преимуществам электронных измерений относится автоматическое посекундное измерение, быстрая поставка данных, фиксирование разных типов слушания, возможность предоставлять данные о выходе рекламы и ее эффективности по результатам рекламной кампании. К основным недостаткам — высокая стоимость технологии, что ведет к небольшому размеру панели, из чего следует недостаточность данных для небольших станций и узких целевых групп. Также существует вероятность возникновения технических проблем, например, необходимость дополнительного оборудования для регистрации слушания в наушниках, влияние шумового фона при watermarking, не различимы станции с одинаковым эфиром при audio-matching.

Так, в 2022 г. компания Mediascope запустила пилотный проект электронного пассивного измерения радиослушания на панели в Москве. В 2023 г. проект работает в тестовом режиме. Размер панели составляет более 2500 человек, генеральная совокупность — Большая Москва, население старше 12 лет. Данные в проекте поставляются ежедневно.

Другой продукт, предоставляемый командой Ромир, — Single Source Panel, направлен на кросс-анализ всех видов потребления, в том числе и радио. Сбор данных в рамках SSP происходит автоматически, с помощью установленного на смартфон или

планшет респондента приложения Mobile Peoplemeter, которое с заданной регулярностью фиксирует окружающий респондента звук с микрофона или перехватывает аудиопоток с драйвера звукового устройства без использования микрофона (аудиосигнал, выводимый на колонки или наушники), конвертирует его в кодированные звуковые сигнатуры, шифрует, архивирует и отправляет на сервер с заданной периодичностью. Участниками SSP являются жители в возрасте 14 лет и старше, городов с численностью населения 100 000 человек и более. В панели Россия 100+ участвуют более 4000 человек. Вместе с тем, следует учитывать, что исследование Single Source Panel применяется только для решения отдельных задач, оно не является универсальным измерителем на рынке.

Игроками рынка в России изучаются особенности изменения подхода к измерениям в разных странах. Наиболее перспективный путь развития исследований — плавный переход от одного типа исследований к другому путем комбинирования моделей. Появление гибридных измерений позволяет параллельно использовать электронные системы и другие методы измерений.

В последние годы формат прослушивания радио в целом меняется. Все больше слушателей переходит на цифровые каналы. Хотя прослушивание радио через радиоприемник / музыкальный центр или в автомобиле остаются самыми популярными у аудитории, растет потребление радио в онлайн через мобильные устройства и другие гаджеты. Новым популярным способом слушания радио является потребление радиоконтента через «умные колонки». Поэтому отдельной темой, в том числе, является измерение онлайн-прослушиваний радиостанций. Одним из сервисов аналитики слушателей радиостанций в интернете является проект «Радиостатистика», который предоставляет данные по онлайн-слушанию радиостанций, длительности прослушивания, количеству слушателей в 15-минутном интервале, географии слушания, с каких платформ приходит аудитория и другие статистики. Данные сервиса также используются для оценки эффективности рекламных кампаний на радио в интернете.

Радио сегодня — это многоплатформенное медиа, которое с аудиторией всегда и везде. Изменения требуют новых подходов к сбору данных о радиослушателях и их предпочтениях.



▲ Процесс радиовещания



▲ Измерение и анализ аудитории радио

СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АУДИТОРИИ РАДИО, АУДИО И ДРУГИХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Показатели ежемесячного охвата аудитории СМИ в первом полугодии 2023 г.

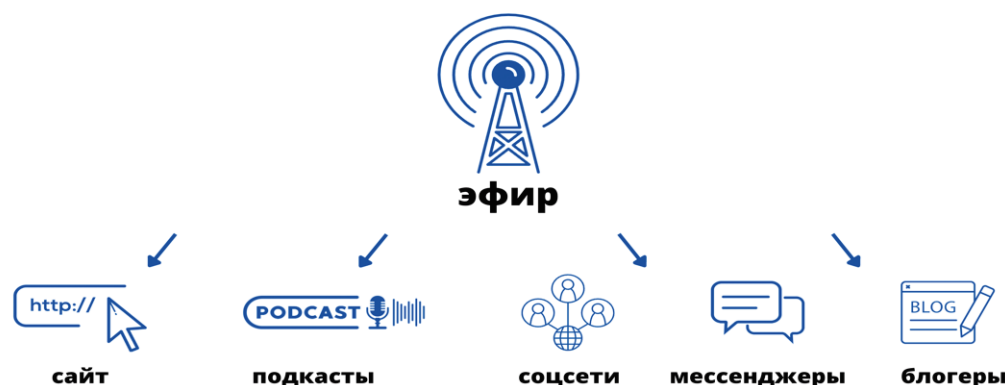
в рамках проектов «Radio Index — Россия» 100+ (возраст 12+), «TV Index — Россия» 100+ (возраст 12+), «Cross Web — Россия» 0+ (возраст 12+) исследовательской компании Mediascope

СМИ России	Ежемесячный охват аудитории в СМИ, %
Радио	86,4
Телевидение	96,7
Интернет	83,3

Источники: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, январь — июнь 2023 г., Reach Mly %, 12+.
Mediascope, TV Index — Россия, города с населением 100+, январь — июнь 2023 г., Reach Mly %, 12+.
Mediascope, Cross Web — Россия, 0+, январь — июнь 2023 г., Reach Mly %, 12+.

Радио остается вторым по охвату медиа после телевидения, сохраняя одно из ключевых преимуществ. Формат вещания радио многообразен, разносторонен и с готовностью интегрируется в жизнь человека, меняется вместе с ним, сосуществует в благоприятном симбиозе с другими типами ресурсов.

Радио сегодня для слушателя — это многофункциональное медиа, которое создает контент в зависимости от вкусовых предпочтений аудитории:



▲ Графическое представление компонентов радиовещания

Формат радио удобен и доступен каждому. Он является, пожалуй, наиболее оперативным каналом получения информации. Это объясняется техническими особенностями производства и передачи данных, что позволяет слушателю быть непосредственным участником происходящего события. Радио создает бесшовный контент для удовлетворения потребностей

ПОТРЕБЛЕНИЕ РАДИО В РОССИИ И В ДРУГИХ СТРАНАХ: СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

В России еженедельный охват радиослушателей (в тыс.чел. и в %) по данным на первое полугодие 2023 г. находится на уровне других стран.

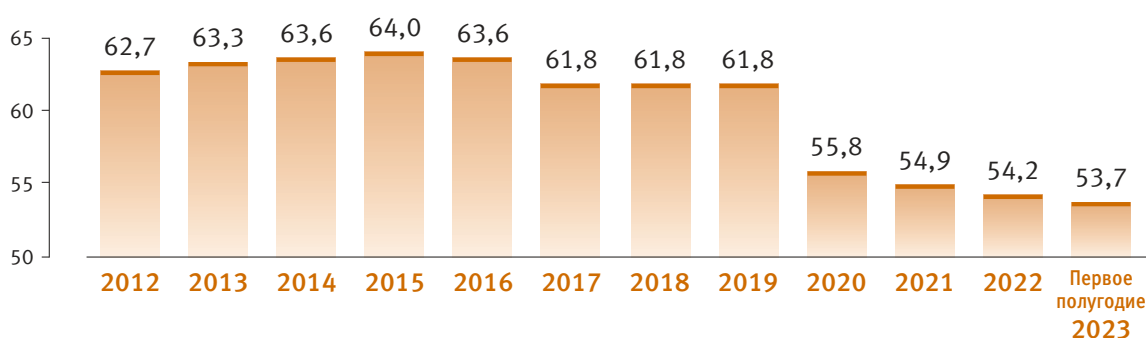
ПОКАЗАТЕЛИ ЕЖЕНЕДЕЛЬНОГО ОХВАТА ОБЩЕЙ АУДИТОРИИ РАДИО В 2023 Г. В РАЗНЫХ СТРАНАХ

Страна	Reach Wly, чел.	Reach Wly, %
Великобритания ¹	49 473 000	88
Швеция ²	—	87
Польша ³	26 000 000	86
Италия ⁴	44 827 000	86
Норвегия ⁵	4 080 000	85
Финляндия ⁶	4 307 000	85
Россия ⁷	50 437 400	79
Австралия ⁸	17 000 000	79
Нидерланды ⁹	12 700 000	—

ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ АУДИТОРИИ, ЕЁ СТРУКТУРА И СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ В ИСТОРИИ И ПЕРСПЕКТИВЕ

Наблюдается общее снижение дневного охвата All Radio в России, особенно на протяжении последних 4 лет наблюдений. В целом, на формирование данного тренда оказала влияние начавшаяся в 2020 г. пандемия коронавируса.

ЕЖЕДНЕВНЫЙ ОХВАТ, %. ВСЕ СТАНЦИИ



Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, 2012–2022 гг., январь — июнь 2023 г., Reach Dly %, 12+.

1 Rajar Data Release, quarter 2, 2023, 15+.

2 Kantarsifo.se., 2023–42. 12–79.

3 2022, Radio Track, Kantar Польша SA, все 15–75 лет.

4 Tavolo Editori Radio (TER) (2023, 17 января — 12 июня), 14+.

5 nielsen-iwatch.com, 2Q 2023, 10+.

6 finnpanel.fi, 3Q 2023, 9+.

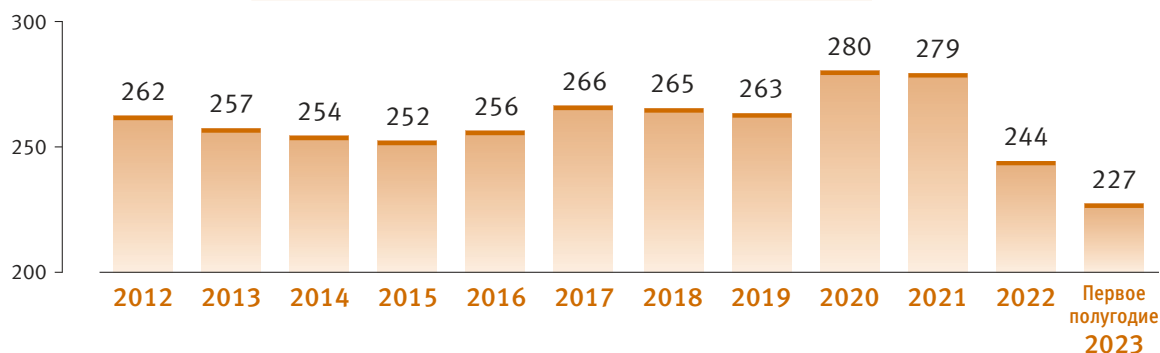
7 Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, январь — июнь 2023 г., Reach Wly (чел., %), 12+.

8 Edison Research, Australia, Total Radio Listeners, Cume %, Mon-Sun 12mn-12mn, All People 12+.

9 <https://nationaleluisteronderzoek.nl/> 2023.

Отмечается значительное снижение ежедневного времени слушания All Radio в России в первом полугодии 2023 г. (снижение TSL Dly к Янв-Июн 2022 г. на 32 мин.; 227 минут). Вместе с тем, важно отметить, что в период 2020–2021 гг. наблюдалась самая высокая суточная длительность слушания All Radio (начиная с 2012 г.), что также связано с пандемией (введение ограничений на передвижения и нахождение дома). Снижение прослушивания станций в 2022 г. можно связать с обострившейся социально-политической ситуацией, что в целом повлияло на изменение медиа-потребления: в некоторые периоды отмечен рост потребления ТВ и Интернета.

ЕЖЕДНЕВНОЕ ПРОСЛУШИВАНИЕ, МИН. ВСЕ СТАНЦИИ

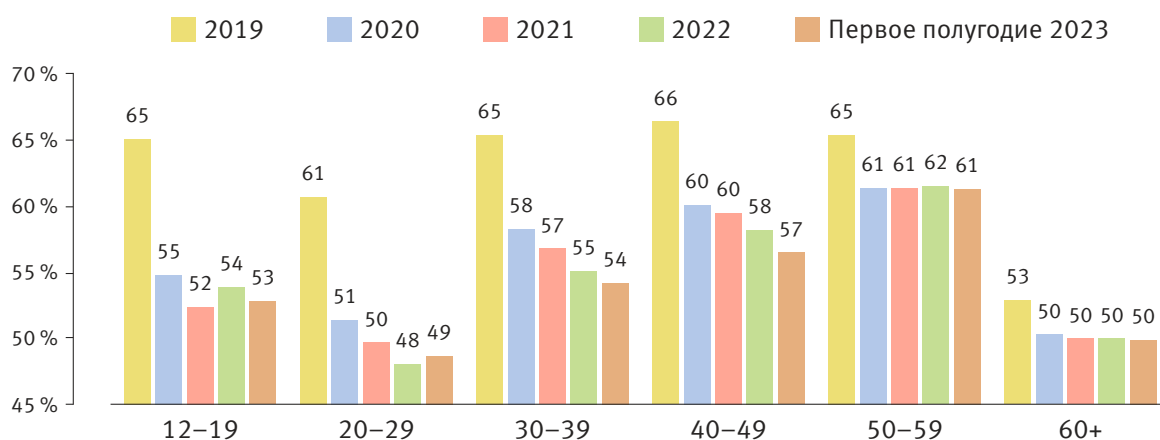


Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, 2012–2022 гг., январь — июнь 2023 г., TSL Dly (мин.), 12+.

Основной вклад в снижение среднесуточного охвата вносят целевые группы 30–39 и 40–49 лет. Стоит отметить, что молодежные группы (12–19 и 20–29) после резкого снижения аудитории в 2020 г., демонстрируют небольшие колебания в рамках близких значений. Вместе с тем, аудитория слушателей в старшей возрастной категории 50–59 и 60+ лет устойчиво сохраняет уровень Reach Dly за последние годы наблюдений. Слушатели старше 50 лет традиционно выбирают радио источником получения как информационного, так и развлекательного контента.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ АУДИТОРИИ РАДИО ПО ВОЗРАСТУ (ЕЖЕДНЕВНЫЙ ОХВАТ), %

Динамика ежедневного охвата общей аудитории в разных возрастных группах в 2018 г. — первом полугодии 2023 г.



Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, январь — декабрь 2019–2022 гг., январь — июнь 2023 г., Reach Dly %, 12+.

Среди слушателей радио чуть большую долю составляет женская аудитория.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ АУДИТОРИИ РАДИО ПО ПОЛУ, %

Динамика распределения общей аудитории по полу в 2012 г. — первом полугодии 2023 г.



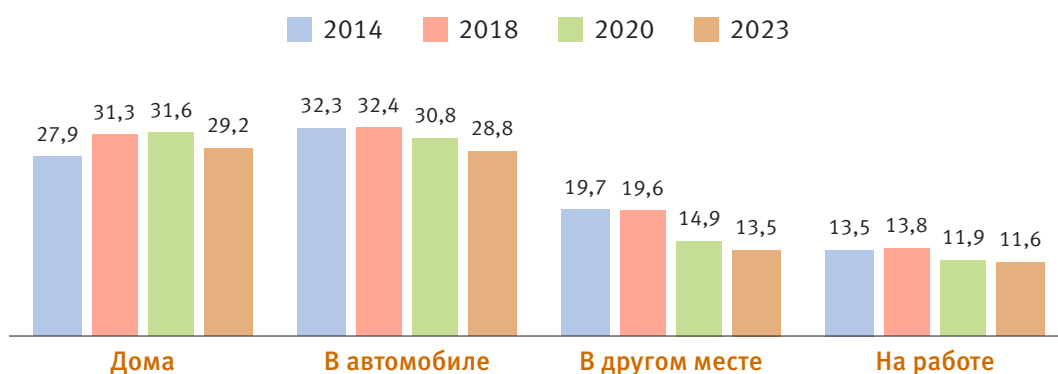
Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, 2012–2022 гг., январь — июнь 2023 г., % от Reach Dly, 12+.

За последние 10 лет мы видим поступательное снижение прослушивания радио в автомобиле и рост домашнего прослушивания на что также повлияла пандемия. На данный момент (первое полугодие 2023 г.) можно выделить 2 основных места прослушивания радио: дом и автомобиль.

На прослушивание радио на работе также оказала влияние пандемия, и размер аудитории держится на уровне 2020 г., при этом именно на работе самое длительное прослушивание радио (первое полугодие 2023 г. — 225 мин. в день).

ПРОСЛУШИВАНИЕ РАДИО ПО МЕСТАМ, REACH DLY, %

Динамика по местам прослушивания радио, 2014 г. — первое полугодие 2023 гг.



Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, 2014, 2018, 2020 гг., январь — июнь 2023 г., Reach Dly %, 12+.

Из-за пандемии многие организации перешли на удалённый / комбинированный тип работы, который частично сохраняется в них и сейчас. Поэтому при выборе респондентом слушания радио на работе или дома важно учитывать возможную взаимозаменяемость этих вариантов для опрашиваемого.

Слушание All Radio равномерно распределяется на все дни недели. Пики слушания, чаще всего, выпадают на середину недели (понедельник-среда), а с четверга идет небольшое снижение количества аудитории.

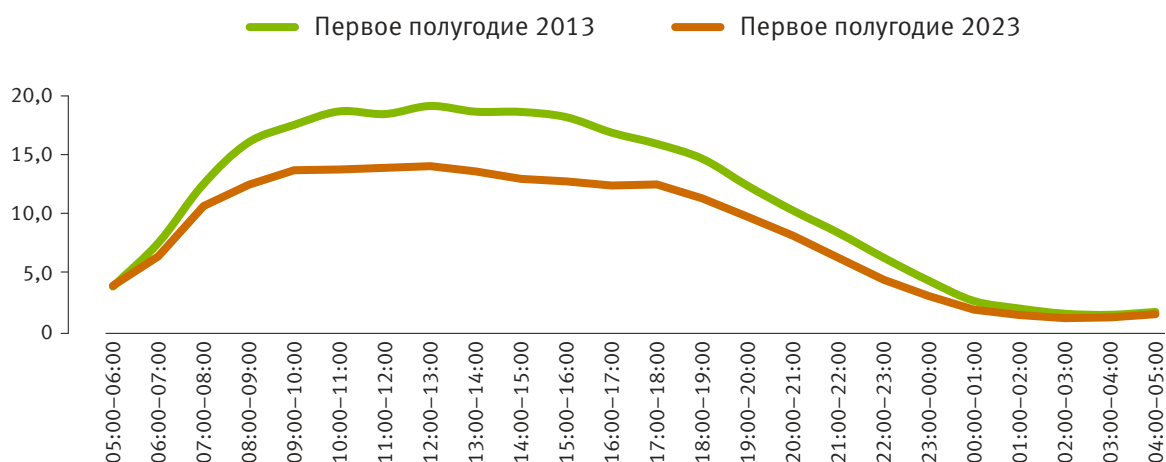
Наблюдается некоторое снижение суточной динамики слушания All Radio в будни течение всего дня. Наиболее высокая интенсивность слушания сосредоточена

в интервале с 08:00 до 15:00 (начало рабочего дня, обеденное время, разъезды по городу и т.д.).

За 10 лет произошли изменения в динамике прослушивания станции в течение дня. Аудитория дневного сегмента продолжает снижаться, восстановление после пандемийного снижения не произошло.

Динамика прослушивания станций, AQH, %

Изменение средней аудитории 15-минутного интервала радио по часам в течение суток в первом полугодии 2023 г. по сравнению с первым полугодием 2013 г.

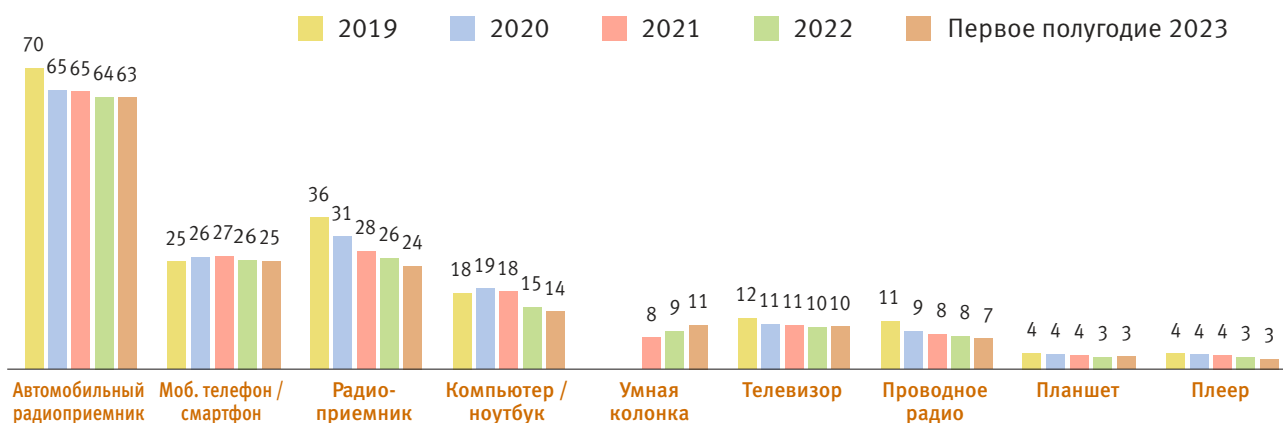


Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, январь — июнь 2013 и 2023 гг., AQH (%), 12+.

Среди устройств для слушания радио продолжает лидировать автомобильный приёмник. Второе место делят радиоприёмник и мобильный телефон / смартфон.

Способы слушания радио, % (за месяц)

Динамика выбора способа слушания радио среди общей аудитории за месяц, в 2019 г. — первом полугодии 2023 г.



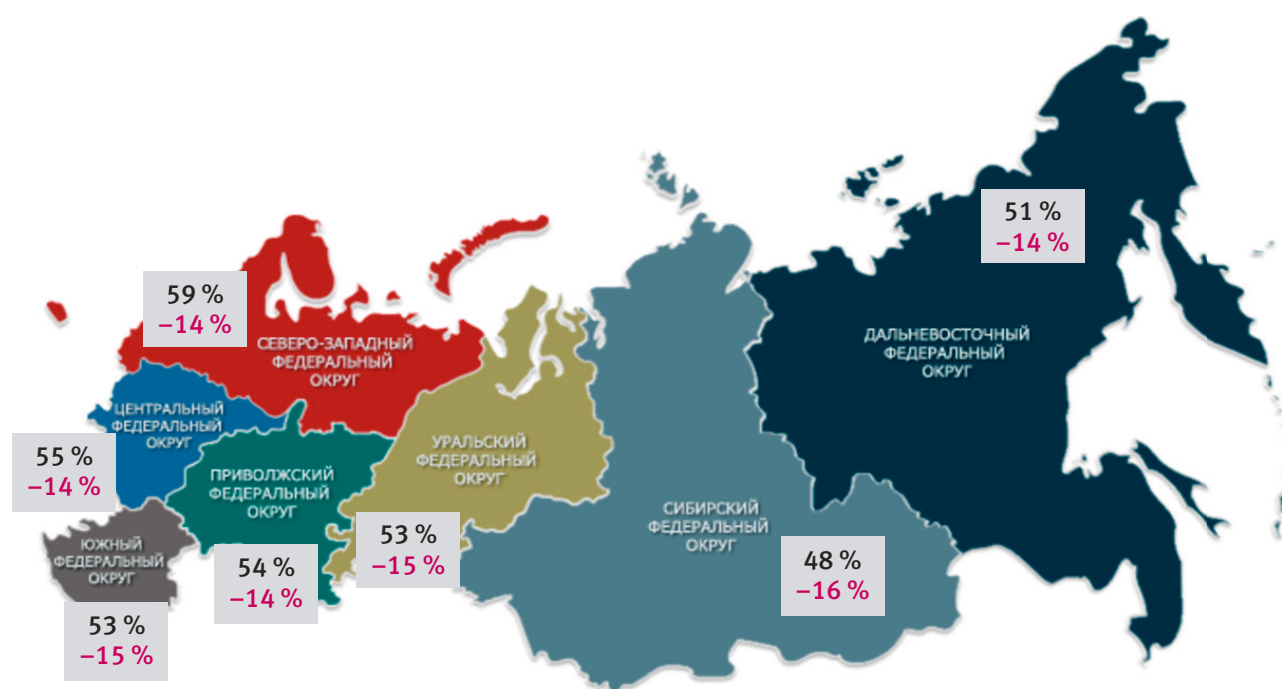
Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+. 2019–2022 гг., январь — июнь 2023 г., % от Reach Mly, 12+.

АУДИТОРИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО, РЕГИОНАЛЬНОГО И ЛОКАЛЬНОГО ВЕЩАНИЯ

За 10 лет аудитория радио в России снизилась на 14 % в относительных значениях (с 62,4 % до 53,7 %). Основной вклад в данный тренд внесло снижение аудитории радио в пандемию (2020 г.) — во всех федеральных округах аудитория не восстановилась, а продолжила небольшое снижение, кроме Южного¹⁰ и Дальневосточного ФО, где аудитория на уровне 2020 г. (51 %).

Неизменным лидером по размеру среднесуточной аудитории является Северо-Западный Федеральный Округ, как в первом полугодии 2013 г., так и сейчас.

ИЗМЕНЕНИЕ СРЕДНЕСУТОЧНОГО ОХВАТА ОБЩЕЙ АУДИТОРИИ РАДИО В ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОКРУГАХ РОССИИ В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2023 г. ПО СРАВНЕНИЮ С 2013 г.

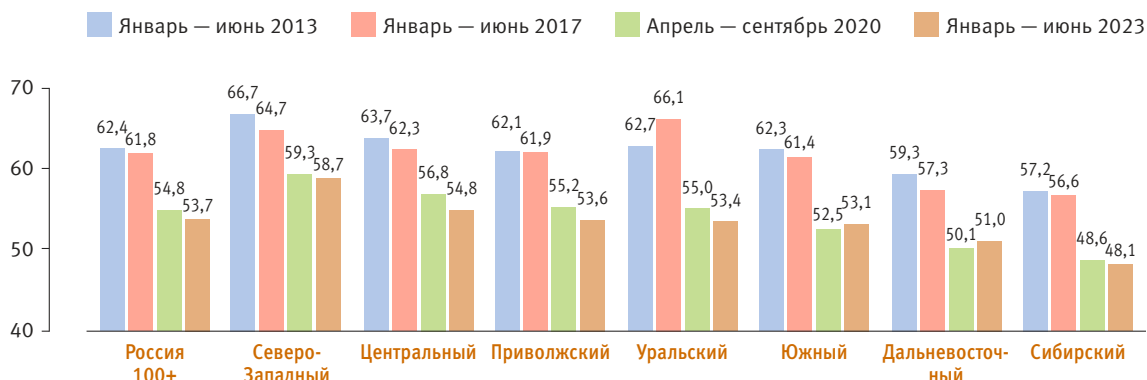


Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, январь — июнь 2013 и 2023 гг., Reach Dly (%), 12+.

¹⁰ Здесь и далее: данные исследовательской компании Mediascope по Южному Федеральному округу и Северо-Кавказскому Федеральному округу объединены в группе Южный Федеральный округ в связи с малочисленностью населения Северо-Кавказского Федерального округа.

Динамика Reach Dly, %. Все станции

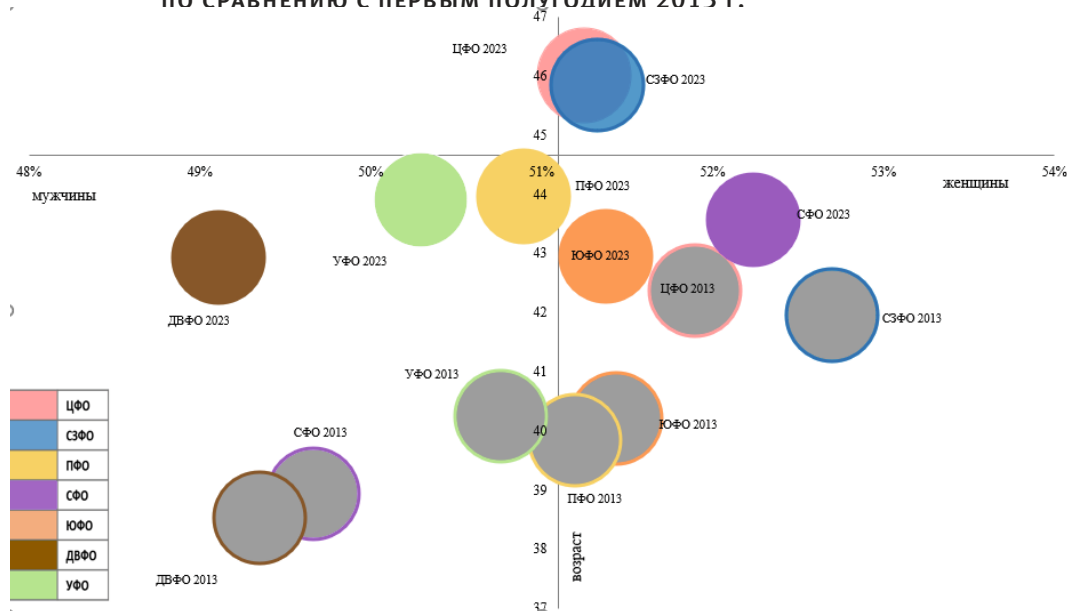
Динамика ежедневного охвата аудитории радио в федеральных округах России в первое полугодии 2013, 2017 и 2023 гг. и апреле — сентябре 2020 г.



Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, январь — июнь 2013 г., январь — июнь 2017 г., апрель — сентябрь 2020 г., январь — июнь 2023 г., Reach Dly (%), 12+.

При сравнении профиля радиослушателя следует отметить следующее: за 10 лет слушатели во всех округах значимо «повзрослели», особенно выделяются Северо-Западный и Центральный федеральные округа, так как они стали старше средних показателей России. Также стоит отметить, что профиль слушателей в Сибирском федеральном округе стал более женским, хотя гендерный профиль остальных округов стал наоборот — более мужским.

Изменение ежедневного охвата в федеральных округах России по поло-возрастному признаку в первом полугодии 2023 г. по сравнению с первым полугодием 2013 г. *

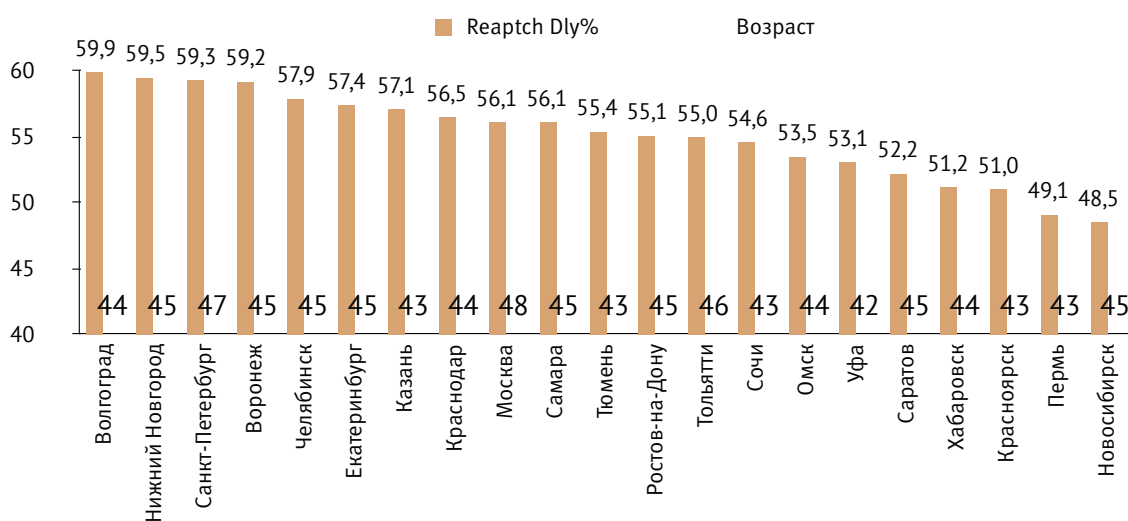


Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, январь — июнь 2013 г. и 2023 гг., 12+.

* Пересечение осей: доля женщин среди слушателей радио в России (51,1%); средний возраст слушателя в России (44,6 лет).

Если рассматривать слушателя в разрезе городов, то в целом слушатели стали старше. Самые высокоохватные города: Волгоград (ЮФО), Нижний Новгород (ПФО), Санкт-Петербург (СЗФО), Воронеж (ЦФО). Москва и Санкт-Петербург являются городами с самыми «возрастными» слушателями.

СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ ОХВАТ И ВОЗРАСТ ОБЩЕЙ АУДИТОРИИ РАДИО В ИЗМЕРЯЕМЫХ ГОРОДАХ



Источник: Mediascope, Radio Index — Города, июль 2022 г. — июнь 2023 г., Reach Dly (тыс., %), 12+ 2013/2023, 12+.

ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБЛЕНИЯ РАЗНЫХ ФОРМАТОВ ВЕЩАНИЯ

По России, начиная с 2020 г., наблюдается снижение среднесуточного охвата аудитории музыкальных станций (падение на 10 % 2020 / 2019 гг.). С 2019 г. — снижение среднесуточного охвата аудитории информационных станций (падение на 7 % 2019 / 2018 гг.). На протяжении 2022 г. и первого полугодия 2023 г. показатели среднесуточной аудитории стабильны и даже демонстрируют небольшую положительную динамику.

В марте 2022 г. прекратила вещание информационная радиостанция «Эхо Москвы», а во второй половине 2022 г. открылась станция Radio Sputnik.

СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ ОХВАТ ИНФОРМАЦИОННЫХ И МУЗЫКАЛЬНЫХ СТАНЦИЙ. Россия, REACH DLY % *

Динамика ежедневного охвата аудитории радио в разрезе информационных и музыкальных станций в 2013 г. — первом полугодии 2023 г. в России



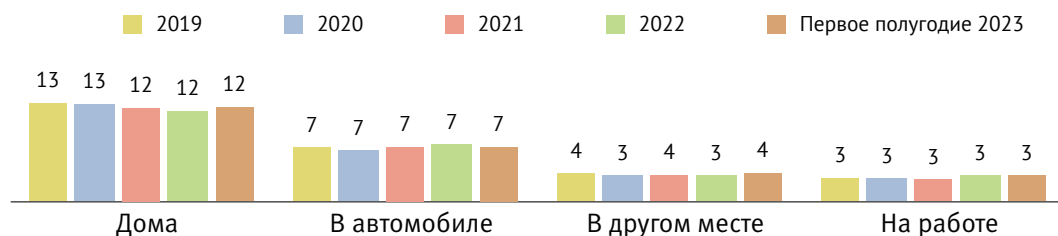
Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, 2013–2022 гг., январь — июнь 2023 г., Reach Dly (%), 12+.

* Анализ проводился по следующим информационным станциям: Business FM, Вести FM, Маяк, Радио Звезда, Радио Комсомольская правда / Радио КП, Радио России, Милицейская волна (2013–2014 гг.), Эхо Москвы (2013–2021 гг.), и по всем музыкальным станциям, измеряемым в соответствующих волнах исследования.

Аудитория информационных станций чаще предпочитает слушать радио дома, что может быть связано с информационными станциями, вещающими по трансляционным сетям, аудитория музыкальных станций — в автомобиле.

МЕСТА СЛУШАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СТАНЦИЙ. РОССИЯ, REACH DLY %

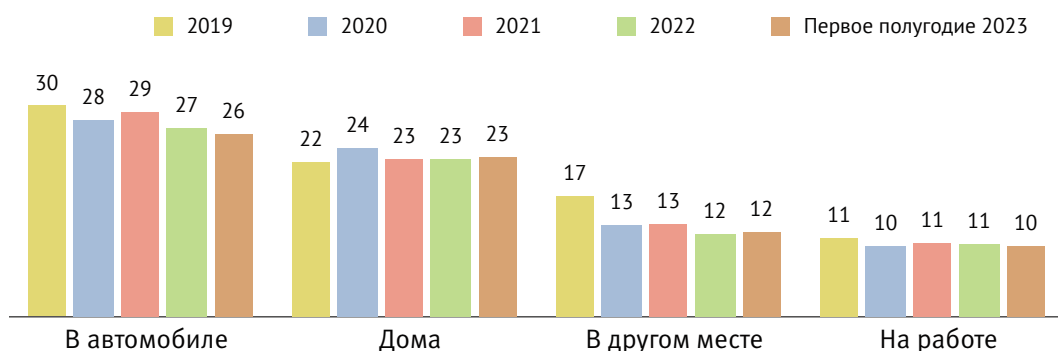
Динамика ежедневного охвата аудитории информационных станций по местам слушания в 2019 г. — первом полугодии 2023 г. в России



Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, 2019–2022 гг., январь — июнь 2023 г., Reach Dly (%), 12+.

МЕСТА СЛУШАНИЯ МУЗЫКАЛЬНЫХ СТАНЦИЙ, РОССИЯ, REACH DLY%

Динамика ежедневного охвата аудитории музыкальных станций по местам слушания в 2019 г. — первом полугодии 2023 г. в России

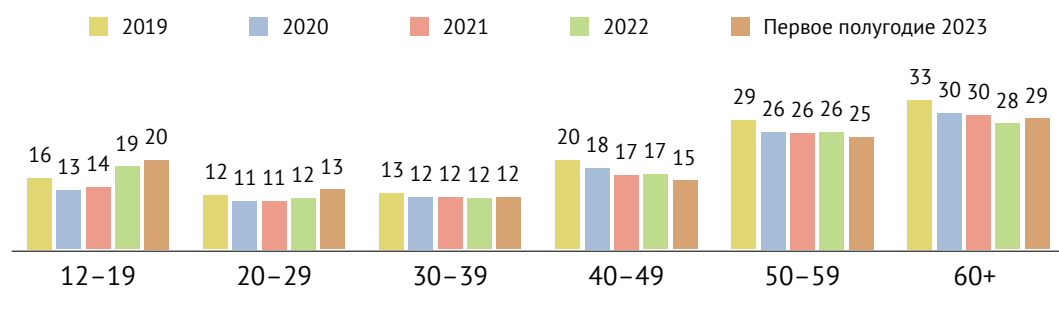


Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, 2019–2022 гг., январь — июнь 2023 г., Reach Dly (%), 12+.

Информационные станции, по традиции, слушают люди преимущественно старшей возрастной категории (50–59 и 60+ лет), чаще мужчины. Однако, в 2022 г. и первое полугодие 2023 г. произошел рост прослушивания станций информационного характера в группе 12–19, и в некоторой степени в 20–29, это можно связать со сложившейся социально-политической ситуацией в стране.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СТАНЦИИ. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ВОЗРАСТУ. Россия, REACH DLY %

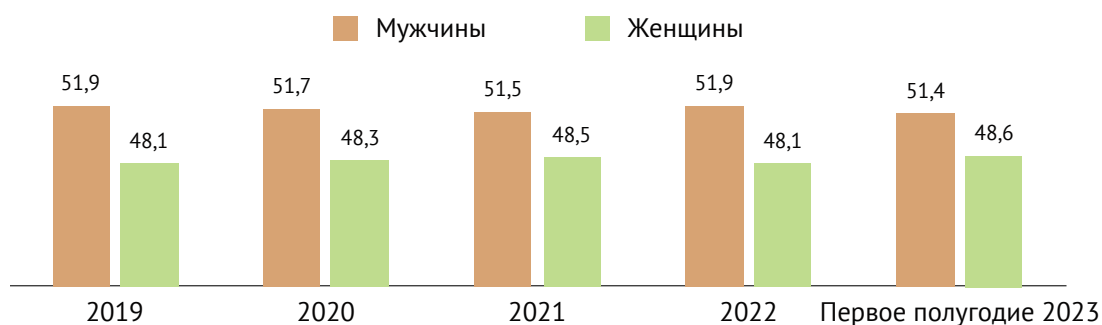
Динамика ежедневного охвата аудитории информационных станций в разных возрастных группах в 2019 г. — первом полугодии 2023 г. в России



Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, 2019–2022 гг., январь — июнь 2023 г., Reach Dly (%), 12+.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СТАНЦИИ. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ПОЛУ. Россия, TABLE REACH DLY %

Динамика ежедневного охвата аудитории информационных станций по полу в 2019 г. — первом полугодии 2023 г. в России

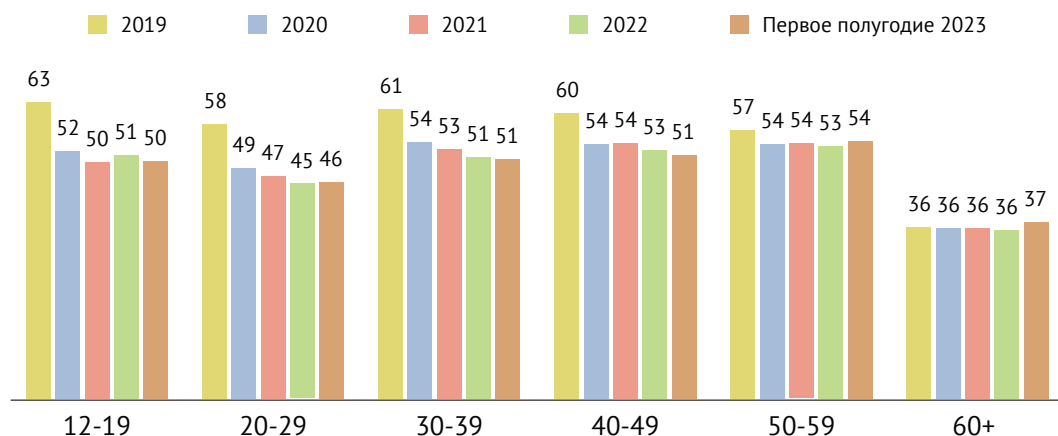


Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, 2019–2022 гг., январь — июнь 2023 г., % от Reach Dly, 12+

Основными возрастными группами, которые потребляют музыкальные станции, являются 30–59. Однако стоит отметить достаточно высокий уровень прослушивания развлекательных радиостанций среди молодежной группы 12–19. После снижения прослушивания во время пандемии, уровень прослушивания во всех возрастных группах остается стабильным, за исключением небольших колебаний.

Музыкальные станции. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ВОЗРАСТУ. Россия, REACH DLY%

Динамика ежедневного охвата аудитории музыкальных станций в разных возрастных группах в 2019 г. — первом полугодии 2023 г. в России

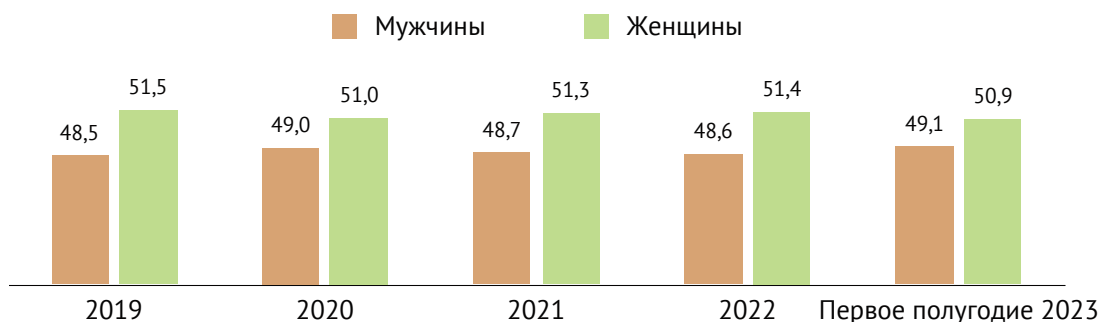


Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, 2019–2022 гг., январь — июнь 2023 г., Reach Dly (%), 12+

Слушание музыкальных станций более сбалансировано по полу.

Музыкальные станции. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ПОЛУ. Россия, TABLE REACH DLY %

Динамика ежедневного охвата аудитории музыкальных станций по полу в 2019 г. — первом полугодии 2023 г. в России



Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, 2019–2022 гг., январь — июнь 2023 г., % от Reach Dly, 12+.

Ежедневное слушание информационных станций демонстрирует волнообразную динамику слушания: снижение времени слушания с небольшими пиками (2014 г. — напряжённая обстановка вокруг полуострова Крым, 2020 г. — пандемия коронавируса). Значимое снижение в 2022 и 2023 гг. можно объяснить несколькими причинами: закрытие станции Эхо Москвы, а также сложной социально-политической ситуацией.

Длительность ежедневного слушания музыкального вещания достигла своего пика в 2020 и 2021 гг. (активная фаза пандемии, переход аудитории радио на удалённый формат работы), продемонстрировав спад с первого полугодия 2022 г.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ И МУЗЫКАЛЬНЫХ СТАНЦИЙ ПО ДЛИТЕЛЬНОСТИ СЛУШАНИЯ, МИН

Динамика длительности слушания информационных и музыкальных станций в 2013 г. — первом полугодии 2023 г. в России



Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, 2013–2022 гг., январь — июнь 2023 г., TSL Dly (мин.), 12+

До 2022 г. совокупная доля аудитории государственных радиостанций сохраняла длительный тренд на снижение. Напротив, совокупная доля аудитории коммерческих станций на десятилетнем отрезке времени демонстрировала уверенную тенденцию к росту. В 2022 г. картина стала противоположной, показатель AQH Share (доля слушателей, выраженной в % от всей аудитории радио в усредненном 15-минутном интервале среди населения России) у государственных станций показал активный рост (+3,2 % в абсолютных значениях относительно значения 2021 г.), продемонстрировав результат на уровне 2014 г., на это оказала влияние социально-политическая ситуация. В первом полугодии 2023 г. государственные станции сохраняют свои высокие показатели, также стоит учитывать добавление станции Радио Sputnik. Показатель AQH Share у коммерческих станций показал снижение в 2022 г. (–5,1 % в абсолютных значениях относительно 2021 г.), спустившись до значений отрезка 2013–2014 гг. Однако, первое полугодие 2023 г. показало рост доли (+2,0 % в абсолютных значениях к 2022 г.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И КОММЕРЧЕСКИХ СТАНЦИЙ ПО ДОЛЕ. Россия, AQH Share % *

Динамика совокупной среднесуточной доли аудитории государственных и коммерческих радиостанций в 2012 г. — первом полугодии 2023 г.



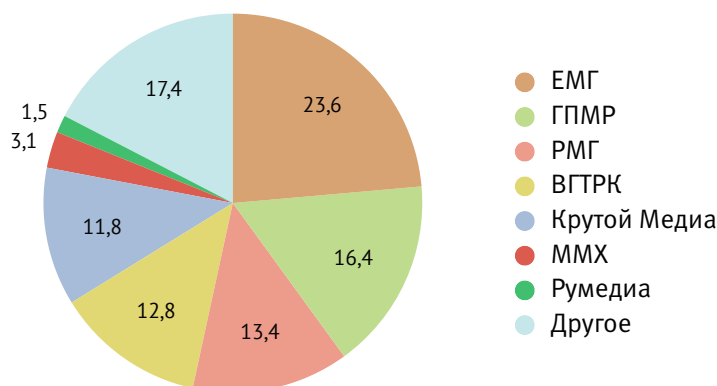
Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, 2012–2022 гг., январь — июнь 2023 г., Reach Dly (%), 12+

* Анализ проводился по следующим государственным станциям: Вести FM, Маяк, Радио Звезда, Радио Мир, Радио России, Радио Sputnik (2023 г.), Милицейская волна (2012–2014 гг.), а также по всем остальным коммерческим станциям, находящимся в измерении в указанный период.

ЛИДИРУЮЩИЕ РАДИОСТАНЦИИ И РАДИОХОЛДИНГИ

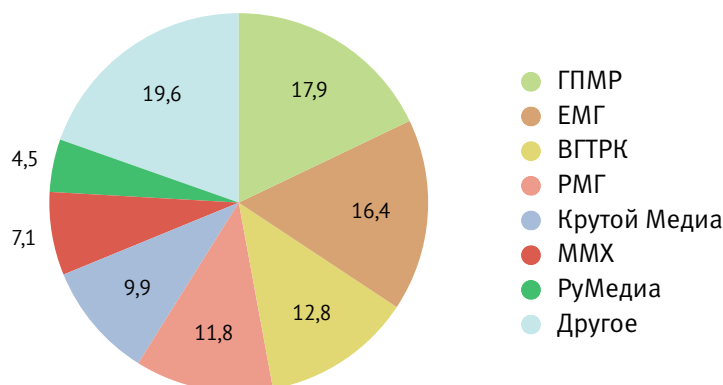
Лидерами радиовещания по России и Москве являются холдинги ЕМГ, ГКМР и РМГ. С 2022 г. значительно увеличилась доля информационного радиохолдинга ВГТРК, что позволило ему подняться на 3-ю позицию в Москве.

ДОЛЕВОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ АУДИТОРИИ ХОЛДИНГОВ В РОССИИ В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2023 г.



Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, январь — июнь 2023 г., AQH Share (%), 12+

ДОЛЕВОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ АУДИТОРИИ ХОЛДИНГОВ В МОСКВЕ В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2023 г.



Источник: Mediascope, Radio Index — Москва, январь — июнь 2023 г., AQH Share (%), 12+

Стоит отметить изменение станций на топовых позициях: в 2022 г. радиостанция Европа Плюс 15-й год подряд стала лидером по среднесуточной аудитории в России; в первом полугодии 2023 г. Европа Плюс сместилась на 3 строчку, а Авторадио и Дорожное радио поднялись на 1 и 2-е места соответственно.

**ПОКАЗАТЕЛИ ЕЖЕДНЕВНОГО ОХВАТА ИЗМЕРЯЕМЫХ РАДИОСТАНЦИЙ
в 2021 г. — первом полугодии 2023 г., Россия**

Радиостанция	Reach Dly, тыс.чел.			Reach Dly, %		
	2021	2022	Первое полугодие 2023	2021	2022	Первое полугодие 2023
Все станции	35164,4	34650,4	34255,1	54,9	54,2	53,7
Авторadio	8118,0	8266,9	8313,1	12,7	12,9	13,0
Дорожное радио	7927,2	7958,8	8307,8	12,4	12,5	13,0
Европа Плюс	9152,8	8471,3	8138,1	14,3	13,3	12,8
Русское радио	6825,8	7087,5	7294,7	10,7	11,1	11,4
Ретро FM	6711,8	6785,9	6779,4	10,5	10,6	10,6
Радио Дача	5719,5	5845,6	5844,6	8,9	9,2	9,2
Вести FM	4179,0	5423,3	5303,5	6,5	8,5	8,3
Радио Шансон	5140,2	5077,7	5138,1	8,0	7,9	8,1
Юмор FM	4104,4	4201,3	4251,2	6,4	6,6	6,7
Радио Energy	4281,4	4163,8	4100,4	6,7	6,5	6,4
Маяк	3664,1	4020,6	4017,4	5,7	6,3	6,3
Радио России	3160,3	3736,3	3769,5	4,9	5,8	5,9
Наше радио	3155,6	3368,4	3441,9	4,9	5,3	5,4
Хит FM	3112,5	3278,1	3405,0	4,9	5,1	5,3
Love radio	3397,5	3162,3	3271,8	5,3	5,0	5,1
DFM	2812,5	2790,6	2921,4	4,4	4,4	4,6
Comedy radio	2389,3	2502,8	2798,2	3,7	3,9	4,4
Радио Монте-Карло	2083,7	2411,9	2753,1	3,3	3,8	4,3
Радио Рекорд	2292,3	2591,0	2744,2	3,6	4,1	4,3
Радио 7 на семи холмах	2534,1	2673,9	2609,3	4,0	4,2	4,1
Новое радио	2108,5	2295,7	2544,3	3,3	3,6	4,0
Радио КП	1367,2	1988,0	2132,5	2,1	3,1	3,3
Business FM	1691,9	2164,5	2095,8	2,6	3,4	3,3
Maximum	1583,8	1739,9	1899,3	2,5	2,7	3,0
Relax FM	—	—	1866,5	—	—	2,9
Детское радио	1429,1	1614,9	1821,1	2,2	2,5	2,9
Радио Звезда	1352,2	1703,8	1749,5	2,1	2,7	2,7
Радио Sputnik	—	—	1262,7	—	—	2,0
Like FM	—	—	1244,2	—	—	2,0
Радио Мир	763,8	995,8	1172,2	1,2	1,6	1,8
Studio 21	557,7	778,4	879,5	0,9	1,2	1,4

Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, 2021 — 2022 гг., январь — июнь 2023 г., Reach Dly (тыс., %), 12+.

В Топ-5 станций столичного региона также произошли изменения. Европа Плюс потеряв часть аудитории спустилась на 5 строчку, пропустив Вести FM, Ретро FM, Дорожное радио. Авторадио продолжает быть неизменным лидером по среднесуточной аудитории в Москве.

**ПОКАЗАТЕЛИ ЕЖЕДНЕВНОГО ОХВАТА ИЗМЕРЯЕМЫХ РАДИОСТАНЦИЙ
В 2021 г. — ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2023 г., МОСКВА**

Радиостанция	Reach Dly, тыс.чел.			Reach Dly, %		
	2021	2022	Первое полугодие 2023	2021	2022	Первое полугодие 2023
Все станции	6238,5	6162,8	6004,5	56,9	56,3	55,2
Авторадио	1098,1	1144,7	1093,8	10,0	10,5	10,0
Вести FM	862,9	1074,6	1057,3	7,9	9,8	9,7
Ретро FM	974,6	1003,2	959,2	8,9	9,2	8,8
Дорожное радио	824,4	918,3	910,4	7,5	8,4	8,4
Европа Плюс	1053,8	991,3	899,2	9,6	9,1	8,3
Русское радио	874,2	930,1	877,8	8,0	8,5	8,1
Радио Монте-Карло	652,5	719,1	753,1	5,9	6,6	6,9
Business FM	656,5	771,6	723,4	6,0	7,1	6,6
Радио Шансон	770,4	809,5	719,7	7,0	7,4	6,6
Радио Energy	760,1	762,4	711,2	6,9	7,0	6,5
Радио Дача	638,4	707,1	679,4	5,8	6,5	6,2
Relax FM	581,4	627,4	639,3	5,3	5,7	5,9
Наше радио	611,5	634,0	577,5	5,6	5,8	5,3
Юмор FM	592,4	644,3	577,1	5,4	5,9	5,3
Comedy radio	599,9	577,2	575,9	5,5	5,3	5,3
Радио 7 на семи холмах	511,4	575,3	549,0	4,7	5,3	5,0
Маяк	496,7	571,5	534,0	4,5	5,2	4,9
Радио Звезда	474,2	521,5	526,6	4,3	4,8	4,8
Хит FM	556,6	546,3	519,7	5,1	5,0	4,8
Радио Джаз	451,7	470,8	497,8	4,1	4,3	4,6
Радио КП	346,5	471,7	480,7	3,2	4,3	4,4
КоммерсантъFM	388,2	453,0	432,7	3,5	4,1	4,0
Радио России	360,5	425,2	432,4	3,3	3,9	4,0
Love radio	487,2	457,1	421,6	4,4	4,2	3,9
Maximum	419,3	446,8	420,6	3,8	4,1	3,9
Rock FM	428,8	431,4	417,8	3,9	3,9	3,8
Like FM	420,3	418,1	389,2	3,8	3,8	3,6
DFM	394,9	388,7	368,1	3,6	3,6	3,4

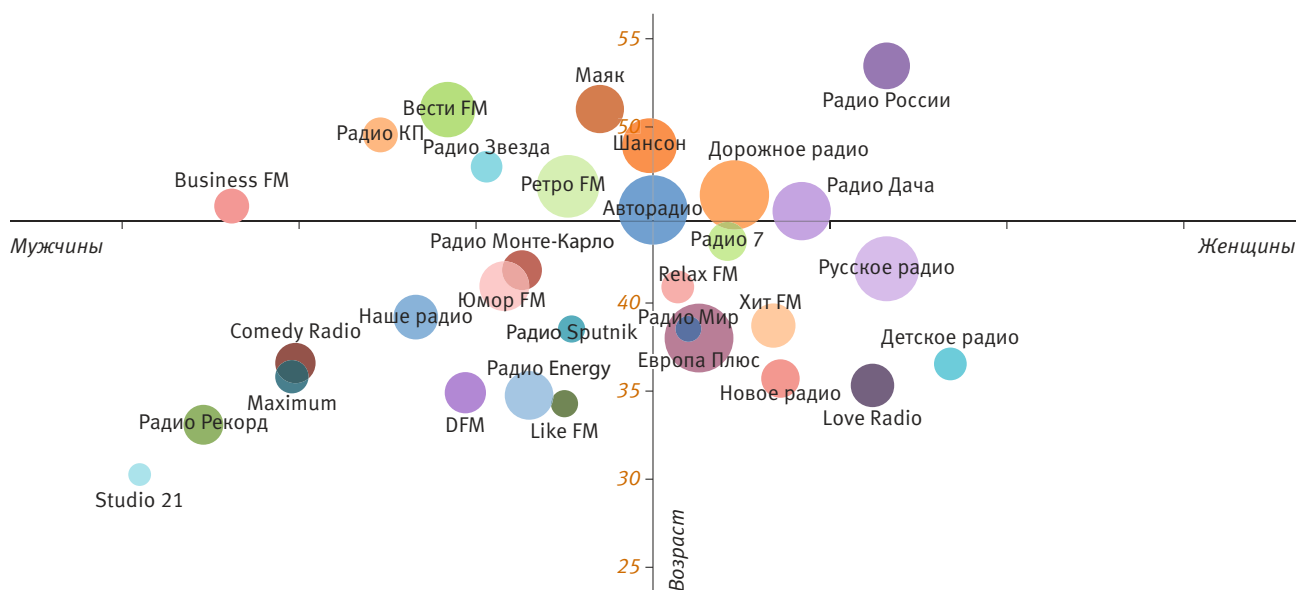
Окончание табл. со с. 61

Радиостанция	Reach Dly, тыс.чел.			Reach Dly, %		
	2021	2022	Первое полугодие 2023	2021	2022	Первое полугодие 2023
Детское радио	316,8	356,7	363,1	2,9	3,3	3,3
Говорит Москва	320,9	366,7	358,3	2,9	3,4	3,3
Москва FM	221,1	327,2	345,0	2,0	3,0	3,2
Радио Шоколад	284,9	340,0	338,1	2,6	3,1	3,1
Радио Русский хит	288,6	333,6	301,4	2,6	3,0	2,8
Новое радио	252,8	273,0	289,5	2,3	2,5	2,7
Радио Romantika	252,7	280,0	289,2	2,3	2,6	2,7
Орфей	218,6	260,3	258,1	2,0	2,4	2,4
Радио Культура	199,3	238,7	255,8	1,8	2,2	2,4
Радио Sputnik	—	—	254,5	—	—	2,3
Такси FM	172,5	204,9	230,9	1,6	1,9	2,1
Studio 21	123,2	147,9	172,5	1,1	1,4	1,6
Восток FM	127,6	164,1	155,6	1,2	1,5	1,4

Источник: Mediascope. Radio Index. Москва, 2021 — 2022 гг., январь — июнь 2023 г., Reach Dly (тыс.,%), 12+.

Половозрастная карта радиостанций России демонстрирует существование станций во всех сегментах аудитории.

ПОЛОЖЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНЫХ РАДИОСТАНЦИЙ ПО ПОЛО-ВОЗРАСТНОМУ ПРИЗНАКУ. РОССИЯ *



Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, январь — июнь 2023 г., Reach Dly (тыс.,%), 12+.

* Размер кружка — Daily Reach %. Пересечение пола (50/50) и возраста (крест) / портрет аудитории All Radio.

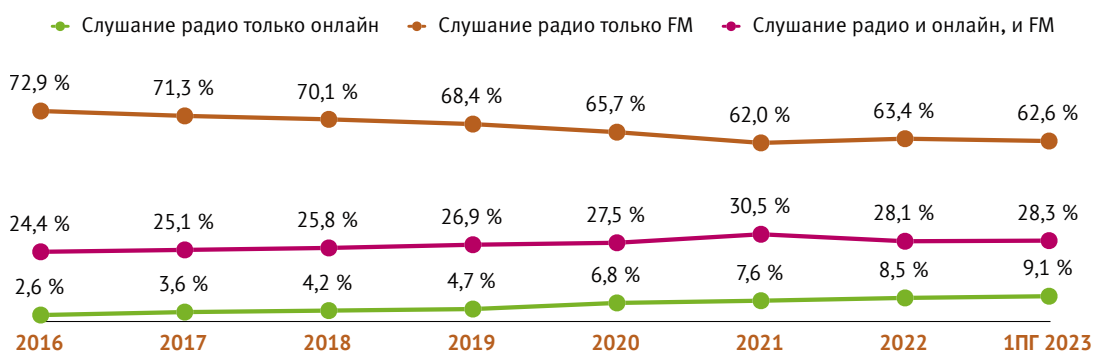
АУДИТОРИЯ РАДИО И АУДИО В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

С начала наблюдений (2016 г.) фиксируется постепенный уверенный рост слушания радио только онлайн (с 2,6 % до 9,1 % в первом полугодии 2023 г.). В то же время, в период 2016–2021 гг. отмечается угасание интереса к слушанию радио только на FM-частоте, однако, можно отметить некоторую стабилизацию этой ситуации.

В целом, среди слушающих радио онлайн и на FM-частоте, пик роста наступил в 2021 г., в 2022 г. и первом полугодии 2023 г. отмечается снижение показателей до значения 28,1 % — 28,3 %.

ВАРИАНТЫ ПРОСЛУШИВАНИЯ РАДИО, %

Динамика выбора вариантов прослушивания радио среди общей аудитории за месяц в 2016 г. — первом полугодии 2023 г.



Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, 2016–2022 гг., январь — июнь 2023 г., % от Reach Mly, 12+.

По частоте употребления той или иной охватинтересной пользователю темы в сети Интернет в сутки за период январь — июнь 2023 наиболее используемым являются «мессенджеры» (рост +9,5 %). Наибольший прирост (+13,9 %), показали «онлайн-банкинг, платёжные системы», «видео» (+8,6 %). Социальные сети демонстрируют стабильный среднесуточный охват. При этом стоит отметить, что в пользовании за месяц и неделю, на первой строчке находится «поиск» с охватом 82,3 % и 78,7 % соответственно.

Исследование тематик включает в себя измерения аудитории на домашних и офисных компьютерах и ноутбуках, а также на смартфонах среди населения всей страны в возрасте 12+.

ИЗМЕНЕНИЕ В ВЫБОРЕ НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫХ ТЕМАТИЧЕСКИХ ГРУПП ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2023 г. ПО СРАВНЕНИЮ С ПЕРВОМ ПОЛУГОДИЕМ 2022 г. СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ ОХВАТ

Тематические группы в сети интернет	Первое полугодие 2022	Первое полугодие 2023	Прирост
	тыс. чел.	тыс. чел.	
Мессенджеры	80 407,0	88 054,6	+9,5
Поиск	71 514,2	72 971,8	+2,0
Социальные сети	72 266,4	72 107,1	–0,2
Медиа-сервисы: видео	53 915,4	58 565,5	+8,6
Онлайн-банкинг и платёжные системы	50 085,8	57 027,4	+13,9

Источник: Mediascope, Cross Web — Россия, 0+, январь — июнь 2022 и 2023 гг., охват аудитории за сутки (тыс. чел.), 12+.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РАДИОКОНТЕНТА И НОВЫХ ФОРМ АУДИОПОТРЕБЛЕНИЯ

Продолжает активное развитие digital-направление радио: новые платформы, новые каналы коммуникации с аудиторией стали активно привлекать слушателя. За январь — июнь 2022 и 2023 гг. значительно растет использование сервиса «Яндекс.Музыка» (на 52 %).

ИЗМЕНЕНИЕ В ВЫБОРЕ НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫХ СТРИМИНГОВЫХ СЕРВИСОВ И КАТЕГОРИИ «МЕДИА-СЕРВИСЫ: МУЗЫКА»

Стриминговый сервис	Первое полугодие 2022	Первое полугодие 2023	Динамика
	тыс. чел.	тыс. чел.	%
«Яндекс.Музыка» (Ya)	4 087,1	6 216,2	+52,1
Hitmo	1 242,0	1 091,0	–12,2
Youtube Music	1 027,9	1 387,0	+34,9
Shazam	1 078,7	1 179,1	+9,3
Zvuk	375,7	394,7	+5,1

Источник: Mediascope, Cross Web — Россия, 0+, январь — июнь 2022 и 2023 гг., охват аудитории за сутки (тыс. чел.), 12+.

Наблюдается стабильный интерес к потреблению он-лайн аудиокниг и подкастов (33 % и 30 %) в аудитории России (12–64). Пользователь может в любое удобное для себя время прослушать/проиграть интересный ему аудиофайл с помощью Интернета. Простота, удобство в использовании, а также разнообразие тематик таких аудиофайлов только увеличивают интерес к этому формату вещания.

СПОСОБЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ АУДИОКОНТЕНТА ЧЕРЕЗ СМАРТФОН И / или ДЕСКТОП В ИНТЕРНЕТЕ

Способы потребления	Охват аудитории	
	тыс. чел.	%
Слушание музыки	83 844,8	84,7
Слушание радио онлайн	40 448,7	40,9
Слушание аудиокниг	32 995,2	33,3
Слушание подкастов	30 014,1	30,3

Источник: Brand Pulse — Россия, 0+, профиль 2023 г., охват аудитории (тыс., %), 12–64.

РАДИО И ПОДКАСТЫ

Появление и развитие сервисов по распространению подкастов способствовало росту подписок на подобные сервисы. Число желающих оформить подписку на сервис выросло на 45 % (2021 — 2023 гг.), при этом роста на разовую покупку или аренду не наблюдается.

ДИНАМИКА ВЫБОРА ВАРИАНТОВ ДОСТУПА К ПРОСЛУШИВАНИЮ ПОДКАСТОВ

Варианты доступа	Охват аудитории					
	2021		2022		2023	
	тыс. чел.	%	тыс. чел.	%	тыс. чел.	%
Подписка на сервис	3 113,3	3,1	3 700,8	3,7	4 502,5	4,5
Разовая покупка, аренда	2 606,2	2,6	2 683,2	2,7	2 460,1	2,5

Источник: Mediascope, Brand Pulse — Россия, о+, профиль 2021–2023 гг., охват аудитории (тыс., %), 12–64.

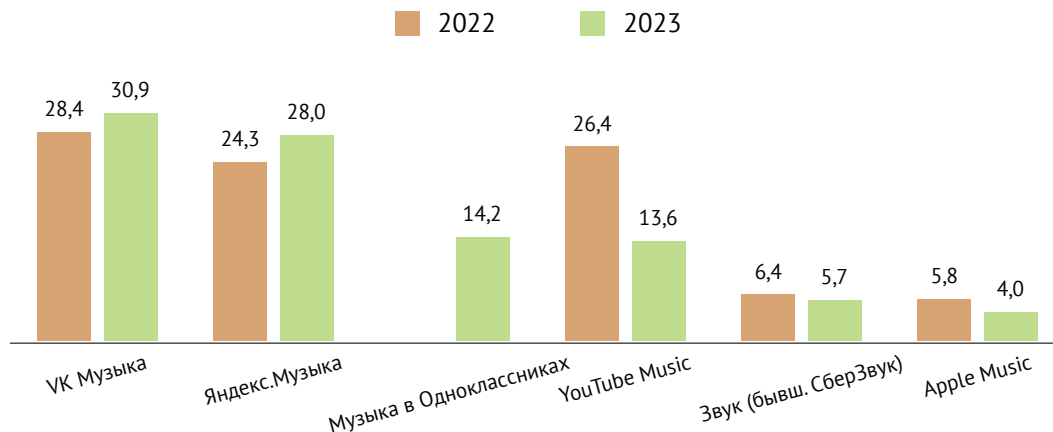
РАДИО, СТРИМИНГОВЫЕ И МУЗЫКАЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ

Музыкальные сервисы YouTube Music (мобильное приложение на платформе видеохостинга YouTube) уступило в 2023 г. место двум отечественным площадкам. В Топ-3 в первом квартале 2023 г. входили уже исключительно российские сервисы для прослушивания музыки — «VK музыка» (на платформе социальной сети «ВКонтакте»), «Яндекс.Музыка» (стриминговый сервис от компании «Яндекс») и «Музыка» в «Одноклассниках», только появившись, сразу же поднявшаяся на 3-ю строчку.

При этом следует отметить значимое снижение использования YouTube Music (–49 %), а также снижение аудитории сервисов «Звук» (–13 %) и Apple Music (–32 %).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕРВИСОВ ДЛЯ СЛУШАНИЯ МУЗЫКИ (БОЛЕЕ ОДНОГО РАЗА В НЕДЕЛЮ), %

Изменение в выборе сервисов в 2023 г. по сравнению с 2022 г.



Источник: Mediascope, Brand Pulse — Россия, о+, профиль 2022, 2023 гг., охват аудитории (%), 12–64.

СОВОКУПНАЯ АУДИТОРИЯ РАДИОСТАНЦИЙ НА РАЗНЫХ ПЛАТФОРМАХ

Наибольшая совокупная аудитория (более 4 млн подписчиков) Топ-20 российского радио приходится на социальную сеть в «ВКонтакте», за ней следует видеохостинг YouTube и на третьем месте социальная сеть «Одноклассники». У «Дзена», Telegram и видеоплатформы Rutube в июле 2023 г. аудитория радиостанций составляет меньше 1 млн подписчиков ¹¹.

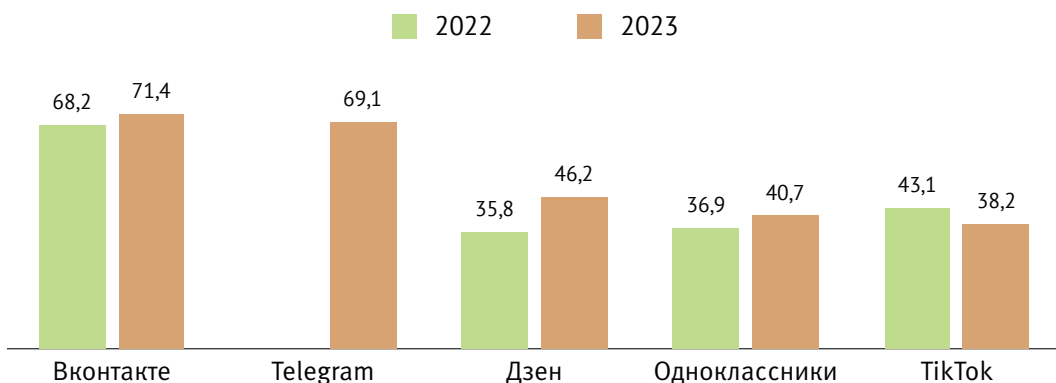


НАИБОЛЕЕ ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ У АУДИТОРИИ РАДИО

«ВКонтакте», по-прежнему, является самой популярной социальной сетью у радиослушателей в 2023 год, Telegram уверенно расположился на втором месте с небольшим отрывом от «ВКонтакте» (в 2022 г. Mediascope оценивал Telegram в категории мессенджеры), а TikTok уступил свое место сразу двум российским площадкам — «Дзен» и социальной сети «Одноклассники».

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ СРЕДИ АУДИТОРИИ РАДИОСЛУШАТЕЛЕЙ

Слушание радио один раз в неделю и чаще



Источник: Mediascope, Brand Pulse — Россия, 0+, сравнительный период: первый квартал 2022 и 2023 гг.

¹¹ Собственные данные Vmestemedia, 2023 г., рассчитаны с применением модифицированной методологии анализа данных Jagajam.com.

Радиослушатели достаточно активно заходят в социальные сети. В них они, чаще всего, обмениваются личными сообщениями, узнают о новостях своих друзей, читают / смотрят подобранные новости в ленте, смотрят пользовательские ролики, слушают музыку.

**НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫЕ РАДИОСТАНЦИИ ПО КОЛИЧЕСТВУ ПОДПИСЧИКОВ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ «ВКОНТАКТЕ» И «ОДНОКЛАССНИКИ»**

ВКонтакте		Одноклассники	
Радиостанция	Количество подписчиков	Радиостанция	Количество подписчиков
1 Радио Record	4 594 337	1 Юмор FM	953 152
2 Европа Плюс	4 499 673	2 Европа Плюс	692 997
3 Радио Energy	2 750 319	3 Русское радио	521 754
4 DFM	1 541 385	4 Авторадио	378 495
5 Русское радио	887 858	5 Дорожное радио	289 120

Источник: соц. сети «ВКонтакте», «Одноклассники», данные на октябрь 2023 г.

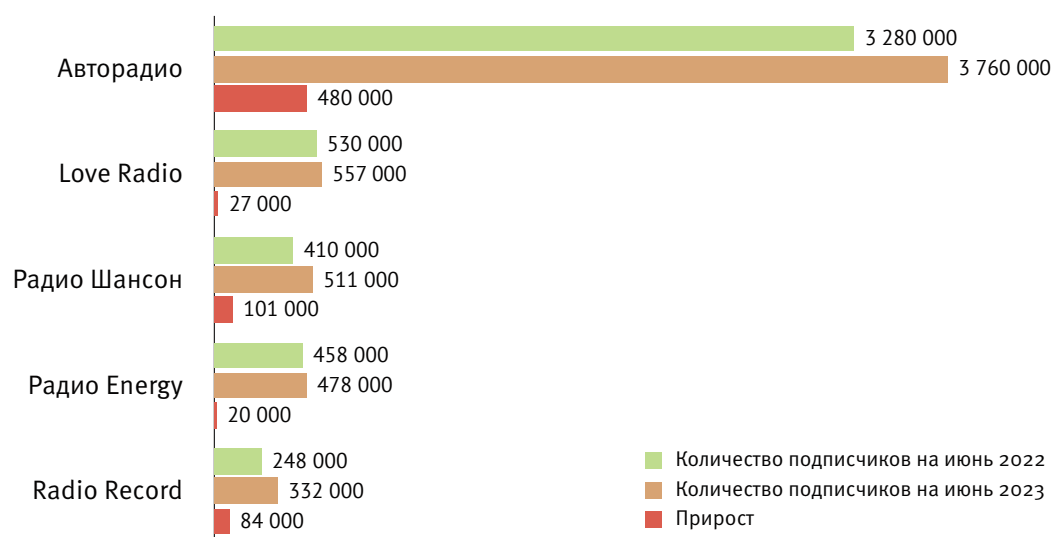
Радио и видеохостинги

Самые популярные площадки для визуализации радиостанций — это видеосервисы. Первенство по-прежнему сохраняет видеохостинг YouTube, тогда как отечественный Rutube еще находится в стадии выработки эффективной стратегии по привлечению аудитории.

Радио в YouTube Наибольшей популярностью в видеохостинге YouTube пользуются музыкальные радиостанции, которые растут преимущественно за счет живых концертных выступлений и трансляции концертов. За год в YouTube (с июня 2022 г. по июнь 2023 г.) лидерские позиции сохраняет канал Авторadio — 3 760 000 подписчиков, 2 355 658 165 просмотров. С большим отрывом от него по-прежнему идет канал Love Radio — 557 000 подписчиков, 397 588 299 просмотров. На третье место весной 2023 г. вышел канал Радио Шансон (511 000 подписчиков и 219 960 094 просмотров), сместив на четвертое Радио Energy (478 000 подписчиков и 201 838 891 просмотр). Radio Record (332 000 подписчика и 78 093 334 просмотров) вышел к июню 2023 г. в Топ-5, обогнав канал радио Серебряный дождь (278 000 подписчиков и 89 924 639 просмотров).

Топ-5 каналов российских радиостанций в YouTube по подписчикам

Июнь 2022 г. — июнь 2023 г.



Источник: НРМ / «Вместе Медиа» по данным YouTube, сравнительный период: июнь 2022 и 2023 гг.

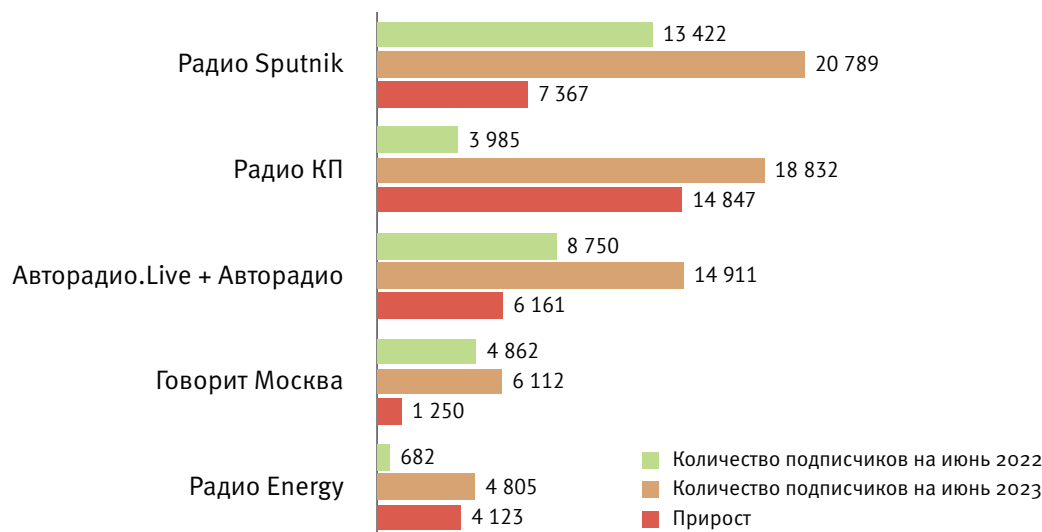
Динамика Топ-5 каналов радио в YouTube на июнь 2022 и 2023 гг.

Каналы YouTube	Количество подписчиков		Прирост
	июнь 2022	июнь 2023	
Авторadio	3 280 000	3 760 000	+ 480 000
Love radio	530 000	557 000	+ 27 000
Радио Шансон	410 000	511 000	+ 101 000
Радио Energy	458 000	478 000	+ 20 000
Radio Record	248 000	332 000	+ 84 000

Радио в Rutube На российской видеоплатформе Rutube пока слабо представлены каналы радиостанций, тем не менее, многие из них начинают активно выкладывать свой контент. Лидерские позиции занимают две информационных радиостанции — Радио Sputnik и Радио КП. По количеству подписчиков на первом месте канал Радио Sputnik (20 789), а по приросту аудитории за год — канал Радио КП (+14 847).

ТОП-5 КАНАЛОВ РОССИЙСКИХ РАДИОСТАНЦИЙ В RUTUBE ПО ПОДПИСЧИКАМ

Июнь 2022 г. — июнь 2023 г.



Источник: НРМ / «Вместе Медиа» по данным Rutube, сравнительный период: июнь 2022 и 2023 гг.

ДИНАМИКА ТОП-5 КАНАЛОВ РАДИО В RUTUBE НА ИЮНЬ 2022 И 2023 ГГ.

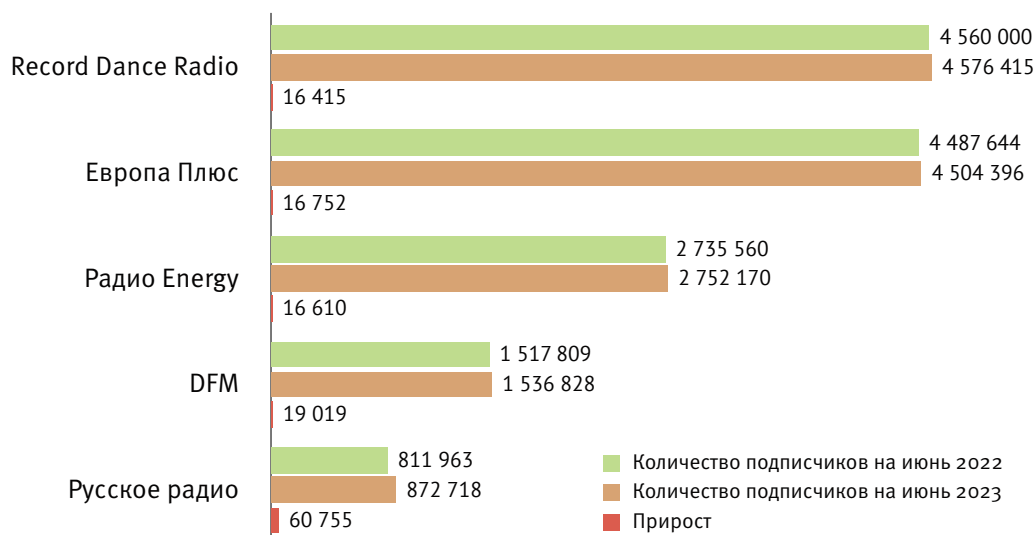
Каналы Rutube	Количество подписчиков		Прирост
	июнь 2022	июнь 2023	
Радио Sputnik	13 422	20 789	+ 7 367
Радио КП	3 985	18 832	+ 14 847
Авторадио.Live + Авторадио	8 750	14 911	+ 6 161
Говорит Москва	4 862	6 112	+ 1 250
Радио Energy	682	4 805	+ 4 123

РАДИО В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И МЕССЕНДЖЕРАХ

Радио во «ВКонтакте» В Топ-5 в социальной сети «ВКонтакте» входят исключительно музыкальные радиостанции. Со значительным отрывом по количеству подписчиков лидируют группы радиостанций Радио Record и Европа Плюс. Аудитория на июнь 2023 г. у Радио Record составляет 4 576 415 подписчиков, у Европы Плюс — 4 504 396.

Топ-5 российских радиостанций во «ВКонтакте» по подписчикам

Июнь 2022 г. — июнь 2023 г.



Источник: НРМ / «Вместе Медиа» по данным «ВКонтакте», сравнительный период: июнь 2022 и 2023 гг.

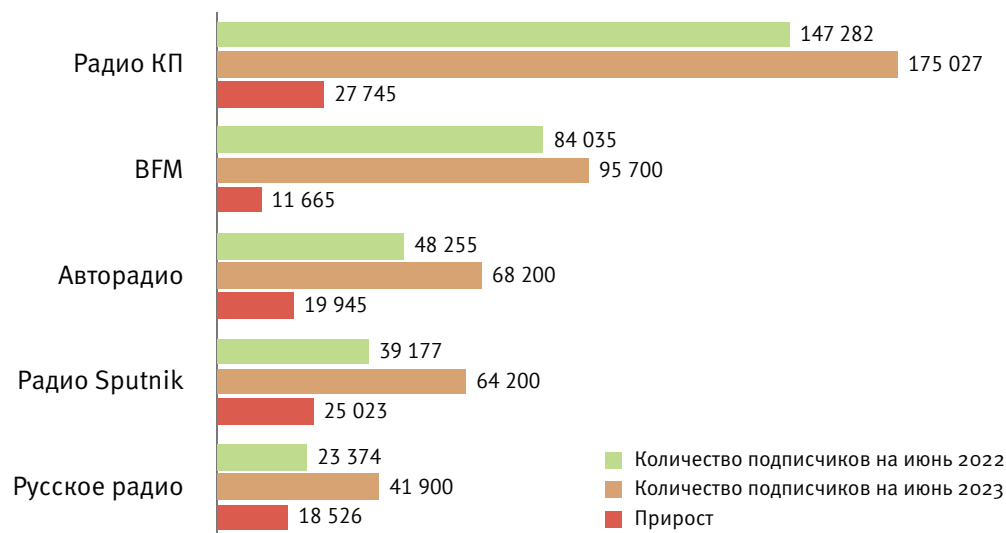
Динамика Топ-5 каналов радио во «ВКонтакте» на июнь 2022 и 2023 гг.

Страницы «ВКонтакте»	Количество подписчиков		Прирост
	июнь 2022	июнь 2023	
Record Dance Radio	4 560 000	4 576 415	+ 16 415
Европа Плюс	4 487 644	4 504 396	+ 16 752
Радио Energy	2 735 560	2 752 170	+ 16 610
DFM	1 517 809	1 536 828	+ 19 019
Русское радио	811 963	872 718	+ 60 755

Радио в «Дзене» В отличие от социальной сети «ВКонтакте» в «Дзене» лидируют преимущественно каналы информационных российских радиостанций. Страница Радио КП — безусловный лидер с большим отрывом от остальных радиостанций привлекла 175 300 подписчиков к июню 2023 г.

Топ-5 российских радиостанций в «Дзене» по подписчикам

Июнь 2022 г. — июнь 2023 г.



Источник: НРМ / «Вместе Медиа» по данным «Дзена», сравнительный период: июнь 2022 и 2023 гг.

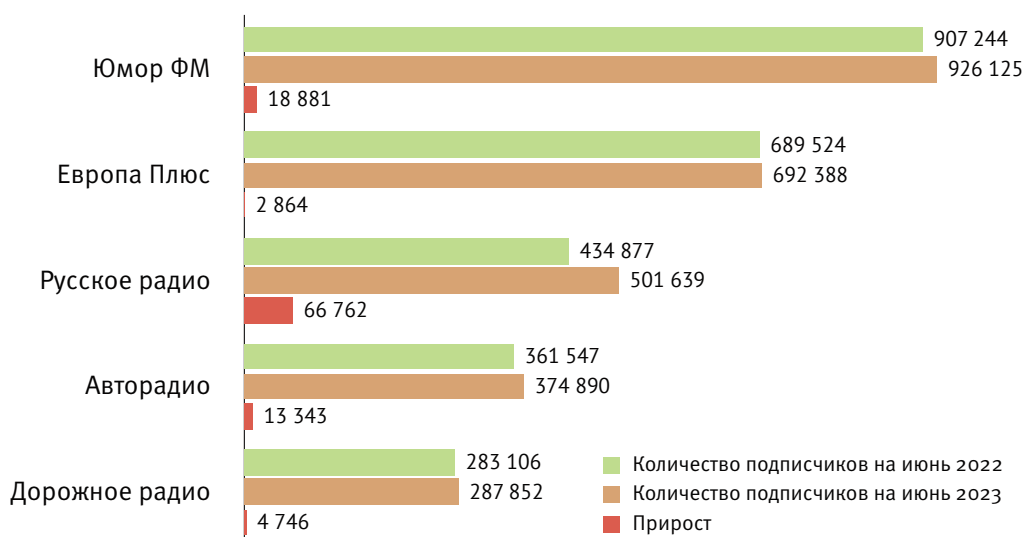
Динамика Топ-5 каналов радио в «Дзене» на июнь 2022 и 2023 гг.

Страницы в «Дзене»	Количество подписчиков		Прирост
	июнь 2022	июнь 2023	
Радио КП	147 282	175 027	+ 27 745
ВФМ	84 035	95 700	+ 11 665
Авторадио	48 255	68 200	+ 19 945
Радио Sputnik	39 177	64 200	+ 25 023
Русское радио	23 374	41 900	+ 18 526

Радио в «Одноклассниках» Динамика роста подписчиков радиостанций в социальной сети «Одноклассники» сохраняет стабильность и последовательность весь отчетный период с 2022 по 2023 гг. Безусловный лидер — развлекательная радиостанция Юмор ФМ (926 125 подписчиков на июнь 2023 г.). Второе место уверенно удерживает Европа Плюс с 692 388 подписчиков, на третьем месте с активной динамикой привлечения подписчиков расположилось Русское радио.

Топ-5 российских радиостанций в «Одноклассниках» по подписчикам

Июнь 2022 г. — июнь 2023 г.



Источник: НРМ / «Вместе Медиа» по данным «Одноклассников», сравнительный период: июнь 2022 и 2023 гг.

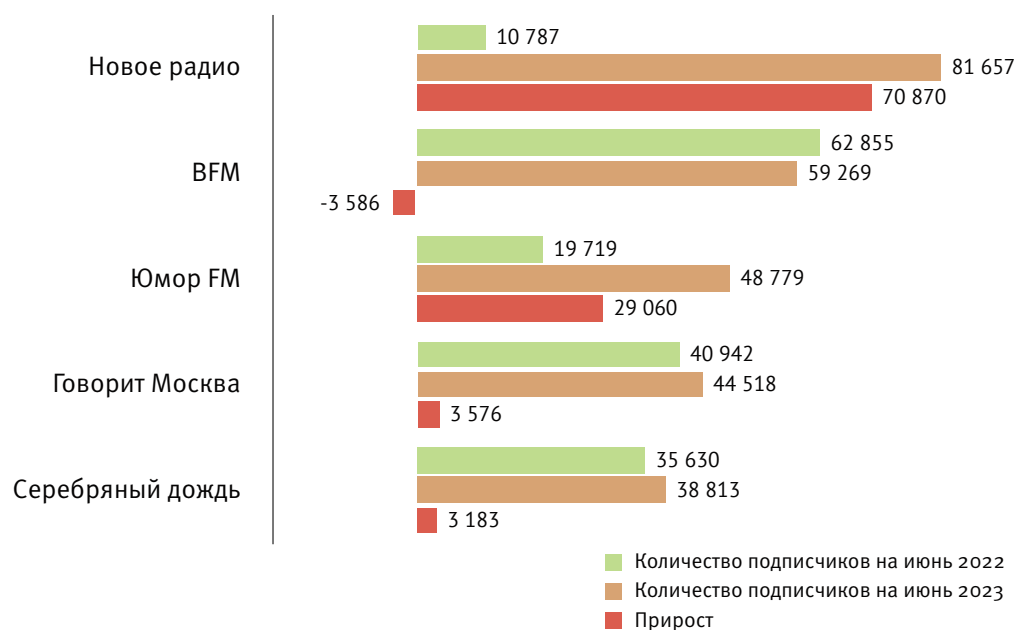
Динамика Топ-5 каналов радио в «Одноклассниках» на июнь 2022 и 2023 гг.

Страницы в «Одноклассниках»	Количество подписчиков		Прирост
	июнь 2022	июнь 2023	
Юмор ФМ	907 244	926 125	+ 18 881
Европа Плюс	689 524	692 388	+ 2 864
Русское радио	434 877	501 639	+ 66 762
Авторадио	361 547	374 890	+ 13 343
Дорожное радио	283 106	287 852	+ 4 746

Радио в Telegram Мессенджер Telegram в 2022–2023 гг. активно наращивал аудиторию каналов российских радиостанций, как музыкальных, так и информационных. Канал Нового радио на сегодняшний день является лидером по подписчикам в Telegram среди радиостанций (81 657 подписчиков) с высоким приростом аудитории за год (+70 870). Второе место удерживает, несмотря на небольшой отток аудитории, радиостанция Business FM (59 269 подписчиков)

Топ-5 российских радиостанций в TELEGRAM по подписчикам

Июнь 2022 г. — июнь 2023 г.



Источник: НРМ / «Вместе Медиа» по данным TGStat, сравнительный период: июнь 2022 и 2023 гг.

Динамика Топ-5 каналов радио в TELEGRAM на июнь 2022 и 2023 гг.

Каналы Telegram	Количество подписчиков		Прирост
	июнь 2022	июнь 2023	
Новое радио	10 787	81 657	+70 870
BFM	62 855	59 269	-3 586
Юмор FM	19 719	48 779	+29 060
Говорит Москва	40 942	44 518	+3 576
Серебряный дождь	35 630	38 813	+3 183



ЭКОНОМИКА РАДИОВЕЩАНИЯ

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ РАДИОВЕЩАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В основном, коммерческие радиостанции финансируются двумя способами:

1. Все радиостанции зарабатывают на коммерческой рекламе. Информация расценках и объемах размещения коммерческих материалов на радио рекламу приведена ниже.
2. Сетевые радиостанции, кроме коммерческой рекламы, зарабатывают на франшизных платежах. Информация о размере франшизных платежей не разглашается.

ТАРИФНАЯ ПОЛИТИКА ¹

По итогам 2022 г., рекламные тарифы по Москве выросли на +0,1%, среди Топ-10 радиостанций, а по Сети медианфляция в 2022 г. составила +3,3%. В первом полугодии 2023 г. московские рекламные тарифы, среди Топ-10 радиостанций, выросли на +7,5%, по сравнению с данными за 2022 г., а по сети +4%.

По данным Mediascope Россия, в 2022 г. средняя стоимость 30 секундного ролика в будни, с 06:00 до 00:00, по России составила 186 977 руб., по Москве — 92 538 руб. В первом полугодии 2023 г. средняя стоимость 30 секундного ролика в будни, с 06:00 до 00:00, по России составила 188 336 руб., по Москве — 99 515 руб.

Что касается стоимости достижения 1000 человек в 2022 г., в средний 15-ти минутный интервал, то по Москве она составила 1864 руб., в среднем, а для федеральных кампаний — 505 руб. В первом полугодии 2023 г. средняя стоимость достижения 1000 человек в средний 15-ти мин. интервал составила 2226 руб. и 564 руб. соответственно.

¹ На основе прайс-листов Топ-10 московских и федеральных радиостанций, отранжированных по недельному охвату, без учета скидок / надбавок и НДС. Прайсы радиостанций на период январь 2021 г. — июнь 2023 г., будни с 06:00 до 00:00.

СРТ БРУТТО ПО РАДИОСТАНЦИЯМ, ПН — ПТ, 06:00–24:00.
Россия (100+), 2022 г.

Радиостанции	Cost	СРТ AQH
	руб.	руб.
Европа Плюс	342 322	602
Авторадио	255 000	568
Русское радио	219 556	509
Дорожное радио	204 733	464
Ретро FM	197 911	446
Радио Шансон	155 944	513
Радио Energy	147 500	666
Радио Дача	144 389	367
Юмор FM	111 667	492
Наше радио	90 744	423
Love radio	86 944	528
Comedy radio	75 556	565
Радио России	70 803	206
Радио 7 на семи холмах	70 144	374
Радио Монте-Карло	69 722	435
Маяк	69 003	292
Вести FM	66 813	146
DFM	55 389	333
Хит FM	43 889	295
Радио Рекорд	32 117	158

Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+. 2022 г., пн — пт, 06:00–00:00, Топ-20 радиостанций по Weekly Reach.

СРТ БРУТТО ПО РАДИОСТАНЦИЯМ, ПН — ПТ, 06:00–24:00.
Россия (100+), январь — июнь 2023 г.

Радиостанции	Cost	СРТ AQH
	руб.	руб.
Европа Плюс	342 322	705
Авторadio	255 000	624
Русское радио	219 556	520
Дорожное радио	204 733	478
Ретро FM	197 911	509
Радио Шансон	155 944	579
Радио Energy	147 500	779
Радио Дача	144 389	402
Юмор FM	111 667	578
Наше радио	104 333	463
Love radio	86 944	660
Радио Монте-Карло	80 972	476
Comedy radio	75 556	504
Радио России	70 803	266
Радио 7 на семи холмах	70 144	463
Маяк	69 003	362
Вести FM	66 813	171
DFM	65 789	498
Хит FM	60 361	504
Радио Рекорд	32 117	152

Источник: Mediascope, Radio Index — Россия, города с населением 100+, январь — июнь 2023 г.,
пн — пт, 06:00–00:00, Топ-20 радиостанций по Weekly Reach.

СРТ БРУТТО ПО РАДИОСТАНЦИЯМ, ПН — ПТ, 06:00–24:00.
Москва, 2022 г.

Радиостанции	Cost	СРТ AQH
	руб.	руб.
Европа Плюс	133 583	2 323
Авторadio	128 222	2 280
Ретро FM	122 889	1 936
Радио Energy	111 111	2 822
Русское радио	109 333	2 213
Вести FM	66 813	648
Радио Шансон	64 986	1 169
Наше радио	63 706	1 543
Comedy radio	63 333	2 163
Радио 7 на семи холмах	61 400	1 543
Business FM	53 633	1 328
Love radio	52 389	2 870
Юмор FM	51 722	1 895
Relax FM	47 222	1 127
Маяк	46 797	1 377
Радио Дача	46 556	1 210
Радио Монте-Карло	46 500	940
Дорожное радио	41 633	882
Радио Джаз	36 283	1 315
Хит FM	33 833	1 454

Источник: Mediascope, Radio Index — Москва. 2022 г., пн — пт, 06:00–00:00, Топ-20 радиостанций по Weekly Reach.

СРТ БРУТТО ПО РАДИОСТАНЦИЯМ, ПН — ПТ, 06:00–24:00.
МОСКВА, ЯНВАРЬ — ИЮНЬ 2023 Г.

Радиостанции	Cost	СРТ АҚН
	руб.	руб.
Авторadio	148 889	2 656
Европа Плюс	133 583	2 712
Ретро FM	122 889	2 025
Радио Energy	120 000	3 681
Русское радио	109 333	2 689
Наше радио	80 594	2 121
Радио Монте-Карло	74 733	1 551
Comedy radio	73 333	2 511
Вести FM	66 813	731
Радио Шансон	64 986	1 585
Радио 7 на семи холмах	61 400	1 753
Юмор FM	60 444	2 375
Business FM	53 633	1 670
Love radio	52 389	3 450
Relax FM	48 667	1 298
Радио Дача	46 556	1 411
Хит FM	46 467	2 582
Маяк	45 894	1 533
Дорожное радио	41 633	827
Радио Джаз	39 911	1 657


Источник: Mediascope, Radio Index — Москва, январь — июнь 2023 г. (доп. волна), пн — пт, 06:00–00:00, Топ-20 радиостанций по Weekly Reach.

РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК РАДИО: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Оценка текущего состояния

АКАР. Объем рынка рекламы в средствах ее распространения в январе — декабре 2022 г. Комиссия экспертов Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) подвела итоги развития рекламного рынка России за 2022 год.

Суммарный объем рекламы в средствах ее распространения по четырем медиа-сегментам — интернет, радио, пресса, ОН — в 2022 г. составил 392 млрд руб., что лишь на 2 % меньше, чем годом ранее. С учетом рекламных бюджетов, израсходованных на создание креативных решений, на производство рекламной продукции, на оплату услуг рекламных агентств и технологических посредников, на маркетинговые услуги суммарный объем российского рынка маркетинговых коммуникаций в 2022 г. оказался равен примерно 1 трлн руб.



Сергей Веселов, вице-президент АКАР, сопредседатель Комиссии экспертов АКАР: «По итогам 2022 г. можно сделать следующие выводы о состоянии российского рекламного рынка.

Во-первых, в прошедшем году отечественная рекламная индустрия впервые столкнулась с одновременным значительным сокращением спроса и предложения на рекламном рынке. С одной стороны, наблюдалось значительное падение спроса со стороны рекламодателей, вызванное, в том числе, и одновременным уходом с рынка крупных зарубежных компаний, а с другой — зафиксировано существенное сокращение рекламного инвентаря из-за того, что крупные рекламные площадки (в первую очередь, это затронуло интернет и журналы) в силу разных причин прекратили свою работу в России.

Во-вторых, в целом российская рекламная индустрия сумела выстоять в условиях тяжелого и во много непонятого кризиса. Весной 2022 г. часто можно было услышать чуть ли не апокалиптические прогнозы по перспективам рекламного рынка, некоторые эксперты говорили о возможности падения рынка на 50–60 %. Несмотря на очень сложный второй квартал отечественный рекламный рынок выстоял и по году вышел на объемы, сопоставимые с предыдущим очень успешным 2021 г.

В-третьих, угроза одномоментного ухода крупных зарубежных рекламодателей с российского рынка (а на всех иностранных рекламодателей на российском рынке в 2021 г. приходилась примерно четверть рекламных бюджетов) изначально поставила в неравные условия различные медиасегменты, поскольку доля иностранцев в них была разной. В наиболее сложной ситуации объективно оказались журналы, где доля зарубежных компаний в рекламных доходах сегмента превышала 50 %, и телевидение (около 45 %), в других основных сегментах — интернете, наружной рекламе, радио — доля рекламных бюджетов иностранных компаний варьировалась от 12 до 18 %. И если в сегменте журналов после отзыва лицензий примерно у половины изданий ситуация сложилась крайне сложная, то телевидение, благодаря согласованным действиям телеканалов и селлеров, сумело избежать катастрофы, сократив в разы потери по сравнению с первоначальными негативными прогнозами.

В-четвертых, в 2022 г. радикально изменилась структура всего российского рекламного рынка — и на уровне рекламодателей, и на уровне рекламных структур, и на уровне рекламных площадок. Среди рекламодателей в топе фактически не осталось зарубежных компаний, при этом наиболее активными рекламодателями стали банки («Сбер», ВТБ, Tinkoff, «Совкомбанк»), интернет-компании («Яндекс», VK, Ozon), торговые сети (X5, «Магнит»), мобильные операторы (МТС, «Мегафон»). Фактически все международные рекламные сетевые структуры в России трансформировались в российские компании, и именно они понесли наибольшие потери из-за ухода зарубежных рекламодателей. В то же время российские агентства в ряде случаев сумели серьезно подняться в рейтинге агентств. Что касается рекламных площадок, то здесь также все весьма серьезно поменялось. В интернете уход с рынка крупных зарубежных площадок в какой-то момент создал заметный дефицит инвентаря, что также сопровождалось и потерей целого ряда технологий и инструментов, к которым на рынке уже привыкли. И хотя некоторые потери уже удалось компенсировать, но говорить о том, что проблем здесь больше нет, пока не приходится. Кризис крайне неравномерно затронул различных игроков рынка.

В-пятых, региональная реклама в текущий кризис показала достаточно неплохую устойчивость, тем более, что доля иностранных рекламодателей в этом сегменте всегда была небольшой. При этом часть мелких и средних рекламодателей, ранее размещавших свою рекламу на интернет-площадках компаний, ушедших с российского рынка, в качестве замены стала использовать возможности региональной рекламы на телевидении, радио, в прессе и наружной рекламе.

В-шестых, в рекламной индустрии, как и в экономике в целом, продолжает усиливаться роль государства. С одной стороны, в кризис государство активно поддерживало целый ряд средств массовой информации, являющихся крупными рекламными площадками, а с другой — государство помимо своей законотворческой деятельности (одно только вступление в силу закона о маркировке рекламы в интернете чего стоит) является достаточно заметным игроком на рекламном рынке и в качестве рекламодателя, и в качестве владельца рекламных площадок».

Объем рекламы по типам медиа в 2022 г., Россия

Сегменты		2022	Динамика к 2021
		млрд руб.	%
Радио		14,7	+ 5
Пресса		4,8	– 41
в т. ч.	газеты	2,0	– 34
	журналы	2,8	– 45
Out of Home		47,6	+ 6
в т. ч.	наружная реклама	41,8	+ 9
	классические рекламоносители	23,5	0
	цифровые рекламоносители	18,3	+ 24
	транзитная реклама	4,0	– 2
	indoor-реклама	1,8	– 20
Интернет*		324,9	– 2
ИТОГО по сегменту рекламы в медиа		392,0	– 2
ИТОГО по сегменту маркетинговых услуг		99,3	– 9

Источник: данные АКАР (Ассоциация коммуникационных агентств России).

* Бюджеты по Интернет-сегменту за 2021 г. скорректированы.

Объем регионального рекламного рынка в 2022 г.

Объем регионального рекламного рынка в 2022 г. составил 39,2 млрд руб., что меньше докризисного 2021 г. всего на 3 %. Комитет по промоиндустрии АКАР подвел итоги развития промоиндустрии в нашей стране и оценил объем сегмента в 2022 г. в 32,7 млрд руб., динамика составила +4%.

Согласно оценке экспертов РАМУ, объем рынка маркетинговых услуг в 2022 г. составил 99,3 млрд. руб., что на 9 % ниже показателей 2021 г. Эксперты Российской ассоциации маркетинговых услуг оценивают инфляцию в данной индустрии (повышение стоимости проектных, операционных, финансовых затрат) в 2022 г. по отношению к 2021 г. в 15 %.

Эксперты АКАР полагают, что в дальнейшем, при стабилизации ситуации будет представлена более полноценная картина всего отечественного рекламного рынка.

Рынок радиорекламы в 2022 г. вырос на 5 %, рост наблюдался в сегменте федеральной и локальной рекламы. Общий объем рынка, по оценке экспертов АКАР, составил 14,7 млрд руб. В большинстве крупных городов России динамика превысила +3 %. Драйверами роста стали такие сегменты, как недвижимость, финансы, государственный сектор и e-commerce.

В 2022 г. наблюдалась активность со стороны новых клиентов; по большей части это были отечественные производители товаров и услуг. Радио увеличило долю в медиамиксе Топ-10 рекламодателей. Четвертый квартал 2022 г., стал одним из самых успешных по динамике для радиоиндустрии в сегменте «Москва+Сеть» с 2015 г.

Объем рекламного рынка в первом полугодии 2023 г.

Хотя АКАР не предоставил данные по объему рынка рекламы Радио в первом полугодии 2023 г., Радиосоветы, в которых принимают участие все крупные игроки рынка радиорекламы, продолжают ежеквартально оценивать объемы рынка московского, сетевого и регионального сегментов.

По оценке Радиосовета сегмент радиорекламы московского и сетевого размещения составил (без НДС): в первом полугодии 2022 г. — 2,4 млрд. руб., в первом полугодии 2023 г. — 3,8 млрд. руб. Рост рекламных бюджетов в первом полугодии 2023 г. московской и федеральной рекламы составил 55 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

АКАР. Объем рынка рекламы в средствах ее распространения в первом полугодии 2023 г. Комиссия экспертов Ассоциации коммуникационных агентств России подвела итоги развития российского рекламного рынка за первое полугодие 2023 г. Эксперты подчеркивают, что по всем основным показателям отечественный рекламный рынок уверенно преодолел кризис прошлого года и показывает максимальные объемы за всю его историю. Суммарный объем рекламы в средствах ее распространения превысил 315 млрд руб., что на 27 % больше, чем в соответствующий период предыдущего года, и на 19 %, чем в первом полугодии докризисного 2021 г. Во втором квартале 2023 г. фактически все сегменты и подсегменты рекламного рынка продемонстрировали положительную динамику, в целом в этом квартале объем рекламных бюджетов российского рынка вырос на 50 %; прирост ко второму кварталу 2021 г. составил 25 %.

Отечественный региональный рекламный рынок также показывает высокую динамику. Его объем превысил 21 млрд руб., а темпы роста достигли отметки в 25 %. Все сегменты за исключением прессы в регионах показали двузначную динамику роста. Суммарно 15 крупнейших региональных рынков увеличили свои рекламные бюджеты на 31 %, при этом все анализируемые региональные рынки продемонстрировали двузначную динамику.

Объем и динамика 15 крупнейших региональных рекламных рынков в первом полугодии 2023 г.*

Региональный рынок	Объем рынка	Динамика
	млн руб.	%
Волгоград	376	51
Воронеж	519	42
Екатеринбург	1 387	37
Казань	950	42
Краснодар	838	38
Красноярск	594	41
Нижний Новгород	895	25
Новосибирск	984	34
Омск	445	26
Пермь	475	38
Ростов-На-Дону	617	44
Самара	585	26
Санкт-Петербург	4 609	23
Уфа	558	25
Челябинск	625	40
Итого по 15 городам	14 457	31

Источник: данные АКАР (Ассоциация коммуникационных агентств России).
* — суммарные данные по трем сегментам: ТВ, радио и наружной рекламе.

В 2022 и 2023 гг. АКАР не публиковал оценок объемов региональных рынков в разрезе медиаканалов. Но, как и для Москвы и сетей, индустрия радио продолжает оценивать региональный сегмент радиорекламы. Ежеквартально собираются региональные Радиосоветы, в которые входят все крупнейшие радиохолдинги, имеющие развитую филиальную сеть, а также два селлера радиорекламы — подразделение ЕМГ МПР и рекламное агентство-селлер радиорекламы «Нейм». В результате их работы появляются оценки объемов рынка локальной рекламы в городах-миллионниках России.

По итогам первых полугодий 2022 и 2023 гг. Региональный радиосовет получил следующие согласованные со всеми основными участниками рынка данные:

**ОБЪЕМЫ РЫНКА ЛОКАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ
ЗА ПЕРВЫЕ ПОЛУГОДИЯ 2022 И 2023 ГГ.**

Региональный рынок	Объем рынка	Динамика
	млн руб.	%
Волгоград	49,0	45,7
Воронеж	76,4	34,0
Екатеринбург	161,8	31,6
Казань	91,3	25,4
Краснодар	89,3	25,4
Красноярск	111,7	47,0
Нижний Новгород	118,6	33,6
Новосибирск	113,8	52,2
Омск	63,3	18,0
Пермь	92,6	51,9
Ростов-На-Дону	84,4	39,2
Самара	70,0	34,0
Санкт-Петербург	431,5	37,9
Уфа	90,3	20,3
Челябинск	90,0	62,2
Итого по 15 городам	1 734,0	36,8

Источник: брутто данные Mediascope, Московская и сетевая реклама, 2022–2023 гг.

ОБЪЕМ РЕКЛАМНЫХ ЗАТРАТ НА РАДИО ПО ТИПУ РАЗМЕЩЕНИЯ ЗА 2022 Г. И ПЕРВОЕ ПОЛУГОДИЕ 2023 Г.

Brutto до НДС, без скидок и возможных наценок

Тип размещения	2022	2023	Прирост в 2022	Прирост в первом полу- годии 2023
	млрд руб.	млрд руб.	%	%
Локальный	23,1	12,9	42	56
Сетевой	50,2	27,4	34	83
Общий итог	73,3	40,3	36	74

*Источник: данные Mediascope.
* По сравнению с аналогичным периодом 2022 г.*

В связи с экономическим кризисом, связанным с пандемией, в 2020 г. мониторинг региональной рекламы был прерван.

Прогнозы

Согласно прогнозу OMD OM Group, в 2023 г. российский рынок рекламы увеличится на 16 %, рост инфляции составит 19 %. В 2024 г. эти показатели будут соответствовать 16 и 15 %.



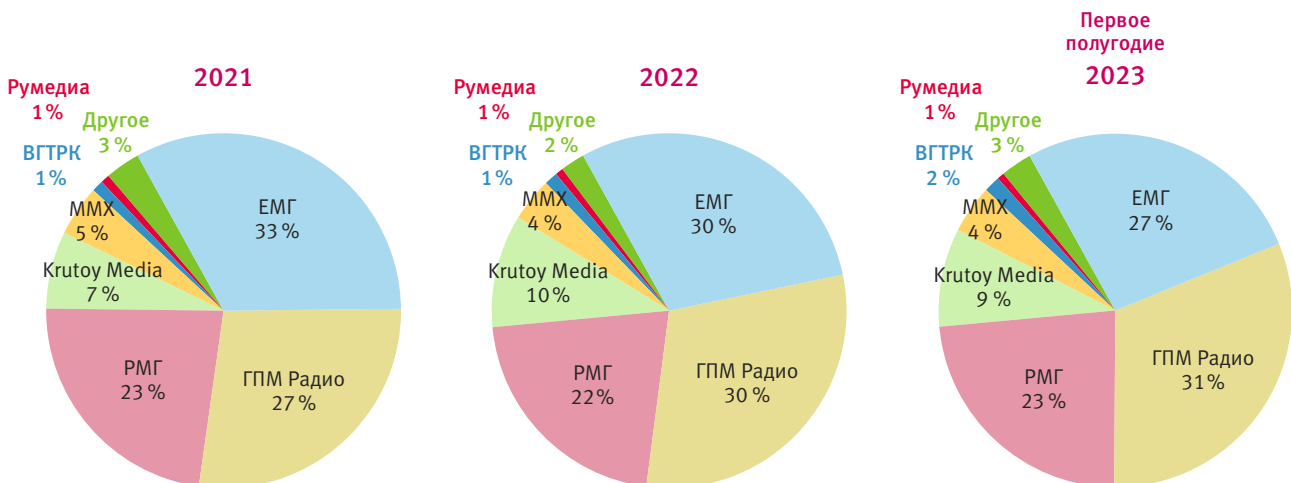
Источник: https://www.outdoor.ru/news/omd_om_group_v_2023_godu_rossiyskiy_rynok_reklamy_uvelichitsya_na_16/

СТРУКТУРА ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА РАДИОРЕКЛАМЫ

УЧАСТНИКИ РЫНКА

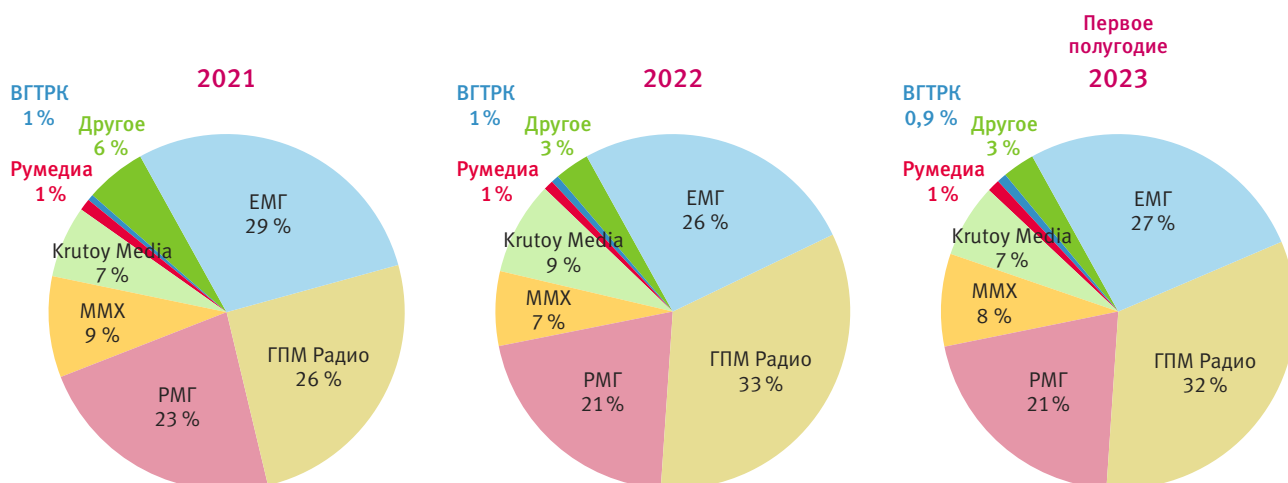
Холдинг	Станции
ВГТРК	Радио России, Маяк, Культура, Вести FM
Европейская медиагруппа	Европа Плюс, Дорожное радио, Ретро FM, Радио 7 на семи холмах, Studio 21, Новое радио, Калина красная
Русская медиагруппа	Русское радио, DFM, Радио Монте-Карло, Hit FM, Maximum
ГПМ Радио	Авторадио, Юмор FM, Радио Energy, Радио Romantika, Like FM, Детское радио, Relax FM, Comedy radio
Krutoy media	Радио Шансон, Love radio, Радио Дача, Такси FM, Радио Русский хит, Восток FM
Мультимедиа холдинг	Наше радио, Rock FM, Радио Джаз
Румедиа	Business FM, Радио Шоколад
Москва медиа	Москва FM
Миа «Россия сегодня»	Радио Sputnik
Независимые станции	Жара FM, Коммерсант FM, Радио Орфей, Радио Звезда, Радио «Комсомольская правда», Серебряный дождь

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РАДИОХОЛДИНГОВ ПО ОБЪЕМУ РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТОВ. МОСКОВСКОЕ И СЕТЕВОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ *



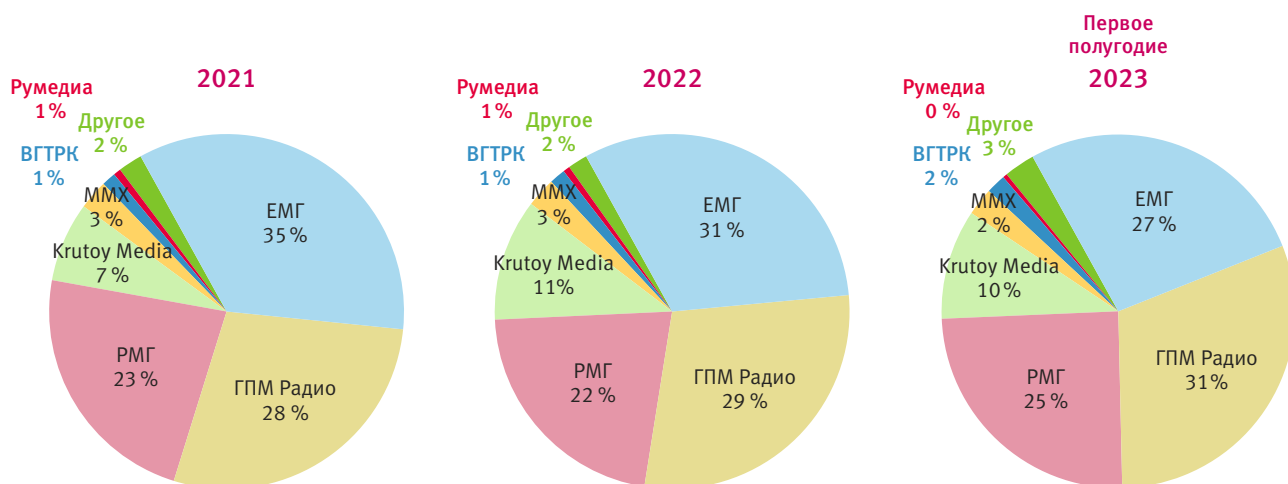
Источник: Mediascope Россия, доля рекламных бюджетов на Радио.
 * Данные Brutto в руб. до НДС, без скидок и возможных наценок, за период январь 2021 г. — июнь 2023 г. Оценка Департамента маркетинга и аналитики ЕМГ на базе радиомониторинга Mediascope.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РАДИОХОЛДИНГОВ ПО ОБЪЕМУ РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТОВ. МОСКОВСКОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ *



Источник: Mediascope Россия, доля рекламных бюджетов на Радио.
* Данные Brutto в руб. до НДС, без скидок и возможных наценок, за период январь 2021 г. — июнь 2023 г. Оценка Департамента маркетинга и аналитики ЕМГ на базе радиомониторинга Mediascope.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РАДИОХОЛДИНГОВ ПО ОБЪЕМУ РЕКЛАМНЫХ БЮДЖЕТОВ. СЕТЕВОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ *



Источник: Mediascope Россия, доля рекламных бюджетов на Радио.
* Данные Brutto в руб. до НДС, без скидок и возможных наценок, за период январь 2021 г. — июнь 2023 г. Оценка Департамента маркетинга и аналитики ЕМГ на базе радиомониторинга Mediascope.

ВИДЫ АУДИОРЕКЛАМЫ. ПРЯМАЯ РЕКЛАМА, СПОНСОРСТВО И СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ

ОБЪЕМ ВИДОВ РАДИОРЕКЛАМЫ В СЕКУНДАХ *

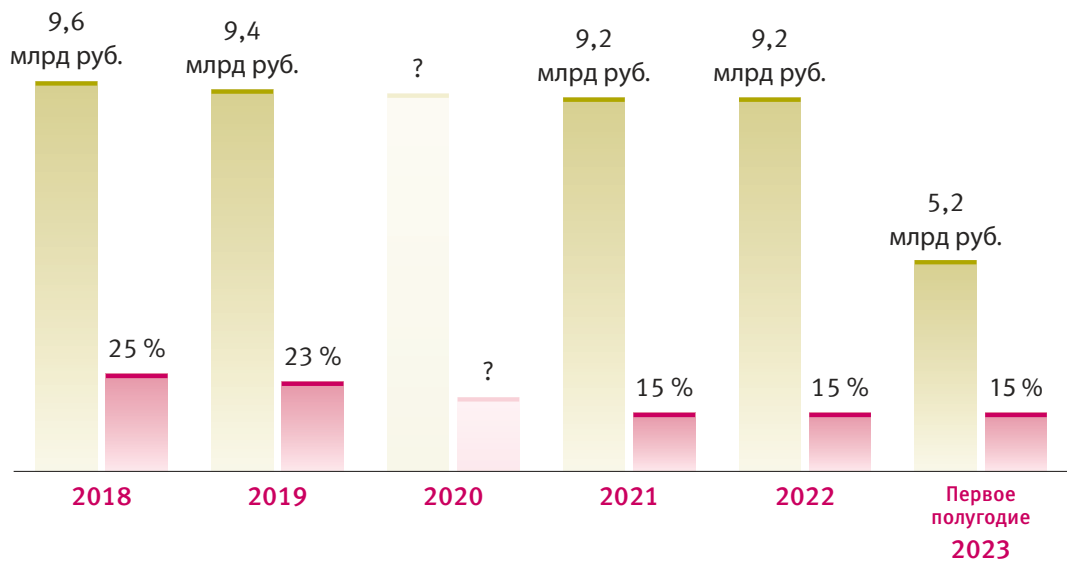
Тип рекламы	Доля 2021	Доля 2022	Доля первого полугодия 2023	Δ 2022 vs 2021 в секундах	Δ первого полугодия 2023 vs первое полугодие 2022 в сек.
	%	%	%	%	%
Ролики	79	85	87	30	62
Спонсорство	9	6	5	-21	25
Рекламные сюжеты и пр. интеграции	12	9	8	-10	-6

Источник: Mediascope Россия, объем рекламы в секундах, данные в секундах за период январь 2021 г. — июнь 2023 г.

* Оценка Департамента маркетинга и аналитики ЕМГ на базе радиомониторинга Mediascope.

РЕГИОНАЛЬНЫЙ СЕГМЕНТ РЫНКА РАДИОРЕКЛАМЫ И ДОЛЯ МУЛЬТИЛОКАЛЬНОГО РАЗМЕЩЕНИЯ *

Brut до НДС, без скидок и возможных наценок



Источник: Mediascope Россия, AdMonitor. Данные представлены по 9 сопоставимым городам: Санкт-Петербург, Новосибирск, Нижний Новгород, Ростов-на-Дону, Красноярск, Екатеринбург, Казань, Самара, Челябинск.

* Оценка доли мультилокальной рекламы Департамента маркетинга и аналитики ЕМГ на основе мониторингов локальной радиорекламы компании AdMonitor, компании Mediascope (Санкт-Петербург) и данных МПР.

В связи с экономическим кризисом, связанным с пандемией, в 2020 г. мониторинг региональной рекламы был прерван.

Топ-10 категорий. Структура мультилокального сегмента. 2022 г.

Категория	Региональное размещение (все)	Мультилок *	Сеть **
	%	%	%
Строительство, недвижимость	26	10	2
Ритейл	10	18	12
Автомобили, мотоциклы	10	7	9
Медицина	9	5	14
Сервис	9	9	0
Развлечения / Рестораны / Аудио- и видео-продукция	6	1	3
Банки, финансовые услуги, страхование	5	21	25
Одежда / Аксессуары	4	3	2
Обучение, работа	4	0	0
Мебель	3	1	1

Источник: Mediascope Россия, AdMonitor, период данных: 2022 г.

* Оценка мультилокальной рекламы Департамента маркетинга и аналитики ЕМГ на основе мониторингов локальной радиорекламы компании AdMonitor, компании Mediascope (Санкт-Петербург) и данных МПР.

** Данные по сетевому размещению Brutto в рублях до НДС, без скидок и возможных наценок.

Топ-10 категорий. Структура мультилокального сегмента. Первое полугодие 2023 г.

Категория	Региональное размещение (все)	Мультилок *	Сеть **
	%	%	%
Строительство, недвижимость	24	4	5
Автомобили, мотоциклы	13	11	11
Ритейл	11	17	8
Медицина	8	4	14
Сервис	8	5	2
Банки, финансовые услуги, страхование	6	22	29
Развлечения / Рестораны / Аудио- и видео-продукция	5	0	1
Интернет	4	20	5
Обучение, работа	4	1	0
Одежда / Аксессуары	4	3	2

Источник: Mediascope Россия, AdMonitor, период данных: январь — июнь 2023 г.

* Оценка мультилокальной рекламы Департамента маркетинга и аналитики ЕМГ на основе мониторингов локальной радиорекламы компании AdMonitor, компании Mediascope (Санкт-Петербург) и данных МПР.

** Данные по сетевому размещению Brutto в рублях до НДС, без скидок и возможных наценок.

Структура мультилокального сегмента сильно отличается как от регионального сегмента, так и от сегмента сетевого размещения.

ОТРАСЛЕВАЯ СТРУКТУРА РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

В 2022 г. доля десяти крупнейших рекламных категорий Радио составила 93 % от всех размещений. Структура бюджетообразующих категорий практически не изменилась. Топ-9 категорий сохранились — изменились только ранги. В 2022 г. добавились новая категория, входящая в Топ-10, на смену категории «Развлечения / Рестораны / Аудио- и видео-продукция» пришла категория «Одежда / Аксессуары».

Топ-10 РЕКЛАМНЫХ КАТЕГОРИЙ в 2021 г.

Категория	Brutto, млн руб.
Автомобили, мотоциклы	10 613
Банки, финансовые услуги, страхование	10 512
Ритейл	7 454
Медицина	6 005
Строительство, недвижимость	5 667
Телекоммуникации, связь	4 385
Интернет	1 848
Социальная и политическая реклама	1 251
Развлечения / Рестораны / Аудио- и видео-продукция	1 100
Продукты	1 047


Топ-10 РЕКЛАМНЫХ КАТЕГОРИЙ в 2022 г.

Категория	Brutto, млн руб.
Банки, финансовые услуги, страхование	13 681
Строительство, недвижимость	11 952
Медицина	9 058
Социальная и политическая реклама	8 929
Ритейл	8 448
Автомобили, мотоциклы	6 001
Телекоммуникации, связь	4 433
Интернет	2 650
Одежда / Аксессуары	1 345
Продукты	1 307

1. Многолетний лидер товарных категорий Радио «**Автомобили, мотоциклы**» по итогам 2022 г. сократился на 43 %, по сравнению с 2021 г. и перешел на 6 строчку в рейтинге.

До весны 2022 г. в РФ работали больше десяти крупных заводов, выпускавших иномарки. После введения санкций в марте 2022 г. большинство из них решили остановить производство в России. На данный момент в России остаются отечественные автомобильные марки и представители китайского автопрома.

- Топ-5 рекламодателей в категории: «Роснефть», Chery automobile Co., Favorit Motors, «Фильтр» (компания), Mitsubishi Motors.

- 
- Значительно увеличили свои бюджеты, по сравнению с 2021 г.: «Роснефть», Favorit Motors, «Фильтр» (компания), «Хавейл мотор рус», «Татнефть».
 - Новые рекламодатели в категории (не было в 2021 г.): Chery automobile Co., «Трасса» (группа компаний), ГАЗ, Carglass, «Рольф Лубрикантс».
2. На первом месте категория **«Банки, финансовые услуги, страхование»**, по итогам 2022 г. значительно увеличила размещения на Радио: по сравнению с прошлым годом +30 %.
- Топ-5 рекламодателей в категории: «Сбер», Центральный банк России, ВТБ, Альфа-банк, «Центр финансовых технологий».
 - Новые рекламодатели в категории (не было в 2021 г.): «Росбанкнот», Росбанк, Московский кредитный банк, Московская биржа, МСП (корпорация) и др.
 - Значительно увеличили свои бюджеты, по сравнению с 2021 г.: «Сбер», Центральный банк России, ВТБ, «Центр финансовых технологий», «Цифра брокер» и др.
3. Категория **«Строительство, недвижимость»** увеличилась на 111 % и занимает вторую строчку рейтинга.
- Новые рекламодатели в категории (не было в 2021 г.): «Большая Земля», «Стадион „Спартак“», ПИК, «Самолет Девелопмент», «Сити — XXI век» и др.
 - Значительно увеличили свои бюджеты, по сравнению с 2021 г.: ФСК (группа компаний), группа ЛСР, МИЦ, Level group, «Пионер» (группа компаний) и др.
 - Топ-5 рекламодателей в категории: ФСК (группа компаний), группа ЛСР, МИЦ, «Петрович» (строительный торговый дом), Level group.
4. На третьем месте категория **«Медицина»**, рост рекламных бюджетов в 2021 г. составил 51 %.
- Новые рекламодатели в категории (не было в 2021 г.): «Сашера-Мед», «Фарм-стандарт», «Роста», ВИС (организация), «Здраволайф» и др.
 - Значительно увеличили свои бюджеты, по сравнению с 2021 г.: «Арнебия», «Материя Медика» «Литомед», Brainmark Dental Studio, «Медсинтез» и др.
 - Топ-5 рекламодателей в категории: «Национальный центр здоровья», «Арнебия», «МатерияМедика», «Литомед», «Сашера-Мед».
5. Категория **«Социальная и политическая реклама»** увеличилась на 523%, по сравнению с 2021 г.
- Новые рекламодатели в категории (не было в 2021 г.): Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ, «Россия — страна возможностей», Правительство Санкт-Петербурга, «Московский экспортный центр», Министерство транспорта РФ и др.
 - Значительно увеличили свои бюджеты, по сравнению с 2021 г.: Правительство Российской Федерации, ГИБДД МВД России, «Общество „Знание“».
 - Топ-5 рекламодателей в категории: Правительство Российской Федерации, ГИБДД МВД России, Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ, «Общество „Знание“», «Россия — страна возможностей».
6. Категория **«Ритейл»** выросла на 13 %, по сравнению с 2021 г.
- Топ-5 рекламодателей в категории: «Лента», Metro Group, X5 Group, «Тандер», «Ашан».
 - Значимо увеличили свои бюджеты, по сравнению с 2021 г.: X5 Group, «Тандер», «Ашан», «Оникс» (ювелирная компания), OBI и др.
7. Категория **«Телекоммуникации, связь»** выросла на 1 %, по сравнению с 2021 г.
- Новый рекламодатель в категории (не было в 2021 г.): «Национальная спутниковая компания».
 - Увеличили свои бюджеты, по сравнению с 2021 г.: МТС, «Билайн».
 - Топ-5 рекламодателей в категории: Tele2, «Ростелеком», МТС, «Билайн», «Мегафон».

8. Категория «**Интернет**» в 2022 году выросла на 43 %.
 - Новые рекламодатели в категории (не было в 2021 г.): VK, «Катрен», «АМ.РМ», Eruditor Group, Mastertms, Tonna.Ru и др.
 - Значимо увеличили свои бюджеты, по сравнению с 2021 г.: «Кех Екоммерц», «Интернет решения».
 - Топ-5 рекламодателей в категории: VK, «Катрен», Sellanycar, «Кех Екоммерц», «Интернет решения».

9. Категория «**Одежда/аксессуары**» увеличила объемы размещений на Радио на 159 %.
 - Новые рекламодатели в категории (не было в 2021 г.): «Купишуз», Kari (магазин обуви), Ессо, Gresso, Beba Kids и др.
 - Значительно увеличили свои бюджеты, по сравнению с 2021 г.: Rendez-Vous, Miuz, Colin's, «Ташир, Concept Group.
 - Топ-5 рекламодателей в категории: «Купишуз», Rendez-Vous, Miuz, Colin's, «Ташир».

10. Категория «**Продукты**» увеличила объемы размещений на Радио на 25 %.
 - Новые рекламодатели в категории (не было в 2021 г.): «Мартин» (группа компаний), «Байсад», «Милфудс», Carte Noire, «Велком» и др.
 - Значительно увеличили свои бюджеты, по сравнению с 2021 г.: «Эксим Пасифик», «Свитлогорье».
 - Топ-5 рекламодателей в категории: «Продукт „Чистая линия“», «Мартин» (группа компаний), «Байсад», «Эксим Пасифик», «Свитлогорье».

В первом полугодии 2023 г. доля десяти крупнейших рекламных категорий Радио составила 91 % от всех размещений. При этом структура бюджетообразующих категорий практически не изменилась по сравнению с 2022 г. Топ-9 категорий сохранились — изменились только ранги, также в первой десятке появилась новая категория: «Сервис».

Топ-10 РЕКЛАМНЫХ КАТЕГОРИЙ В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2023 г.

Категория	Brutto, млн руб.
Банки, финансовые услуги, страхование	8 680
Строительство, недвижимость	7 090
Медицина	5 061
Автомобили, мотоциклы	4 556
Ритейл	3 690
Телекоммуникации, связь	2 274
Интернет	1 995
Социальная и политическая реклама	1 515
Продукты	837
Сервис	824

В течение 2023 г. на рекламном рынке произошли и продолжают происходить существенные изменения. Кроме того, на радио традиционно очень высокая ротация рекламодателей от года к году. К тому же, на радио многие рекламодатели размещаются только в определенные сезоны. Эти факторы не позволяют корректно проанализировать движение рекламодателей только за полугодие.

Крупнейшие рекламодатели (Топ 20)

Затраты Топ-20 рекламодателей на радиорекламу (Москва + сеть) в 2021 г.

Рекламодатели *	Категория	Brutto, млн руб.
«Сбер»	Банки, финансовые услуги, страхование	2 557
Центральный банк России	Банки, финансовые услуги, страхование	2 290
«Лента»	Ритейл	2 161
Mitsubishi Motors	Автомобили, мотоциклы	1 941
ВТБ	Банки, финансовые услуги, страхование	1 932
Tele2	Телекоммуникации, связь	1 608
Альфа-банк	Банки, финансовые услуги, страхование	1 546
Volkswagen	Автомобили, мотоциклы	1 204
Группа ЛСР	Строительство, недвижимость	1 114
«Ростелеком»	Телекоммуникации, связь	1 114
Toyota	Автомобили, мотоциклы	1 025
Metro Group	Ритейл	1 020
МТС	Телекоммуникации, связь	801
«Продукт „Чистая линия“»	Продукты	801
«Петрович» (строительный торговый дом)	Строительство, недвижимость	679
ФСК (группа компаний)	Строительство, недвижимость	578
Berlin-chemie Menarini group	Медицина	577
«Максидом» (сеть гипермаркетов)	Ритейл	565
Пенсионный фонд РФ	Социальная и политическая реклама	558
МИЦ	Строительство, недвижимость	541

* Красным цветом выделены рекламодатели, которые не вошли в Топ-20 рекламодателей в 2022 г.

**ЗАТРАТЫ Топ-20 РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ НА РАДИОРЕКЛАМУ
(МОСКВА + СЕТЬ) В 2022 Г.**

Рекламодатели *	Категория	Brutto, млн руб.
Правительство Российской Федерации	Социальная и политическая реклама	6 236
«Сбер»	Банки, финансовые услуги, страхование	3 436
ФСК (группа компаний)	Строительство, недвижимость	3 128
Центральный банк России	Банки, финансовые услуги, страхование	2 968
ВТБ	Банки, финансовые услуги, страхование	2 572
«Лента»	Ритейл	2 199
Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ	Социальная и политическая реклама	1 563
Группа ЛСР	Строительство, недвижимость	1 461
Альфа-банк	Банки, финансовые услуги, страхование	1 367
МИЦ	Строительство, недвижимость	1 354
Tele2	Телекоммуникации, связь	1 247
«Национальный центр здоровья»	Медицина	1 151
«Роснефть»	Автомобили, мотоциклы	1 105
«Ростелеком»	Телекоммуникации, связь	1 059
«Арнебия»	Медицина	1 031
МТС	Телекоммуникации, связь	930
Metro Group	Ритейл	927
Chery automobile Co.	Автомобили, мотоциклы	892
X5 Group	Ритейл	878
VK	Интернет	679

* Зеленым цветом выделены новые рекламодатели, которые вошли в Топ-20 рекламодателей в 2022 г.

В 2022 г. в рейтинг Топ-20 рекламодателей вошли новые клиенты, такие как: Правительство Российской Федерации, Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ, «Национальный центр здоровья», «Роснефть», «Арнебия», Chery Automobile Co., X5 Group, VK.

**ЗАТРАТЫ ТОП-20 РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ НА РАДИОРЕКЛАМУ
(МСК + СЕТЬ) В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2023 Г.**

Рекламодатели *	Категория	Brutto, млн руб.
«Сбер»	Банки, финансовые услуги, страхование	2 526
Центральный банк России	Банки, финансовые услуги, страхование	1 637
ФСК (группа компаний)	Строительство, недвижимость	1 584
Правительство Российской Федерации	Социальная и политическая реклама	1 363
Chery automobile Co.	Автомобили, мотоциклы	1 308
Альфа-банк	Банки, финансовые услуги, страхование	1 124
«Арнебия»	Медицина	1 017
Лента	Ритейл	980
TCS Group holding	Банки, финансовые услуги, страхование	931
МИЦ	Строительство, недвижимость	851
«Пионер» (группа компаний)	Строительство, недвижимость	845
Tele2	Телекоммуникации, связь	792
ВТБ	Банки, финансовые услуги, страхование	741
«Ростелеком»	Телекоммуникации, связь	665
Росбанк	Банки, финансовые услуги, страхование	621
Группа ЛСР	Строительство, недвижимость	601
Level Group	Строительство, недвижимость	581
«Национальный центр здоровья»	Медицина	550
«Роснефть»	Автомобили, мотоциклы	540
VK	Интернет	482

* Зеленым цветом выделены новые рекламодатели, которые вошли в Топ-20 рекламодателей в первом полугодии 2023 г.

В первом полугодии 2023 г. в рейтинге Топ-20 рекламодателей появились новые клиенты: TCS Group holding, «Пионер» (группа компаний), Росбанк, Level group.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Задачи индустрии

Укрепление влияния России в создании и дистрибуции аудиоконтента

Академия радио планирует создать под эгидой БРИКС авторитетную дискуссионную площадку: готовится проведение выставки/конференции «Дни Радио» с участием представителей стран БРИКС. Проект призван содействовать расширению российского языкового, культурного и информационного присутствия за рубежом.

Обеспечение технологического суверенитета отрасли

У эфирного радиовещания достигнут базовый уровень импортозамещаемости. Успешно обеспечено импортозамещение радиовещательных передатчиков, доминирование в части поставки передающих антенн и сопутствующего вещательного оборудования. При этом проблемой остается общий рост стоимости оборудования и отсутствие производства высокочастотных фидеров.

Интеграция новых регионов в информационное пространство

Радиовещание на новых территориях приводится к общероссийским нормам и стандартам. Открыты филиалы ВГТРК, начинается процесс распространения других национальных вещательных сетей. Планируется конкурсное и внеконкурсное лицензирование радиовещания. Вещатели из новых регионов принимают участие в отраслевых конференциях и семинарах.

Обеспечение кибербезопасности радиостанций

Необходима полная защищенность вещателей от кибератак и подмены контента, угрожающих не только репутации радиостанций, но и спокойствию граждан России. Исследование, проведенное компанией «Тракт» в 2023 г., показало, что с проблемами в этой области столкнулись уже две трети радиостанций России, а у ряда региональных вещателей специалисты в области информационной безопасности отсутствуют. В этой связи насущной задачей становится обеспечение профессиональными кадрами, обучение и просвещение персонала.

Рост монетизации потокового аудио

Интеграция потокового вещания в различные платформы, в том числе с помощью дальнейшего развития Индустриального индустриального радиоплеера. Использование programmatic планирования рекламных кампаний в цифровом аудио, активное создание и продвижение собственных, в т.ч. нативных подкастов радиостанций, использование искусственного интеллекта, технологий дополненной реальности и мэппинга при производстве аудио/видеоконтента радиовещателей. Задача — увеличение доли доходов от цифровой рекламы в общей структуре рекламных доходов радиокomпаний за счет привлечения новых рекламных бюджетов за счет рекламодателей, ранее не использовавших аудио в качестве рекламоносителя.

Дальнейшее совершенствование отраслевого законодательства

Сотрудничество с законодателем, Федеральной антимонопольной службой, Роскомнадзором, межотраслевыми организациями в целях дальнейшей гармонизации отраслевого законодательства (дисклеймеры, реклама отдельных видов товаров, синхронизация законодательства об аудиорекламе в эфире и в цифровой среде и др.):

- ▶ правовая экспертиза и отраслевые отзывы на законодательные инициативы, касающиеся различных аспектов деятельности радио;
- ▶ взаимодействие с Роскомнадзором по вопросам маркировки рекламы в Интернете;
- ▶ сотрудничество с Федеральной антимонопольной службой во взаимодействии с межотраслевыми организациями (Рекламный совет, АКАР) в части подготовки

изменений в закон о рекламе: отказ от дисклеймеров при дистанционной торговле и осуществлении стимулирующих мероприятий; замена охлаждающей фразой подробного перечисления всех условий при рекламе финансовых услуг; возможная либерализация рекламы отечественного алкоголя и игр, основанных на интересе.

Совершенствование измерений аудитории Постепенный переход к гибридным методам измерения аудитории, максимальному использованию данных о ее поведении и предпочтениях, в том числе с использованием Big Data в части цифровой составляющей аудитории, активное использование методик оценки эффективности рекламных кампаний. Это позволит получать более полные данные о количественном и качественном составе аудитории в каждый момент времени и предоставлять верифицируемую информацию об эффективности размещаемых рекламных компаний и реальной аудитории конкретных радиопрограмм, что повысит конкурентоспособность радио в сравнении с другими медиа (ТВ, Интернет).

Внимание к вопросам подготовки и повышения квалификации кадров Дальнейшее расширение охвата индустриальных конференций в рамках Академии радио. Проведение творческих конкурсов в области аудио среди студенческой молодежи силами Академии радио и факультетов профильных специальностей различных вузов страны с привлечением ведущих радиокомпаний — своеобразной ярмарки молодых талантов.

App Mobile Аудитория приложений на мобильных устройствах.

AQH (Average Quarter Hour) Количество слушателей в усредненном 15-минутном интервале, выраженное в тысячах человек или в процентах от населения (в рамках выбранной ЦА). Это средняя аудитория 15-минутного интервала, выражаемая в тыс. чел. либо в % от генеральной совокупности.

AQH Share Доля слушателей станции среди всех слушателей радио. Отношение величины AQH станции к величине AQH всех радиостанций вместе взятых, выраженное в %, в одном и том же интервале времени. Показатель AQH Share для радиостанции по смыслу сопоставим с долей аудитории телеканала, и потому его также называют «доля аудитории радиостанции».

Average Daily Duration Среднее количество минут, проведенных одним пользователем на сайте или в мобильном приложении за сутки.

Average Daily Reach Количество человек, заходивших на сайт или в мобильное приложение хотя бы 1 раз за средний день месяца. Выражено в тысячах человек.

Average Daily Reach % Количество человек, заходивших на сайт или в мобильное приложение хотя бы 1 раз за средний день месяца. Выражено в % от населения в этой группе.

CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) Метод телефонного опроса с компьютерной поддержкой. Из специально оборудованного колл-центра введётся телефонный опрос. Особым образом организованная база данных выдаёт на монитор рабочего места интервьюера в случайном порядке номера телефонов. Интервьюер дозванивается до респондентов и вводит их ответы в специальную компьютерную программу-опросник, с помощью которой формируется общая база данных.

DAR (Day-after-Recall) Методика, основанная на воспоминании респондентом своего слушания радиостанций за вчерашний день — техника интервью, при которой респондентов спрашивают о том, какие радиостанции они слушали накануне, либо в сравнительно небольшой ретроспективе, например, в течение последних семи дней.

Daily Reach Среднесуточный охват аудитории — количество людей, слушавших радио хотя бы раз в сутки не менее 5 минут в среднем за период измерения. Измеряется либо в тыс. чел., либо в % от генеральной совокупности.

Desktop & Mobile Совокупная аудитория ресурсов на десктопных и мобильных устройствах.

Monthly Reach среднемесячный охват аудитории — количество людей, слушавших радио хотя бы раз в месяц не менее 5 минут в среднем за период измерения. Измеряется либо в тыс. чел., либо в % от генеральной совокупности.

Reach Количество человек, заходивших на сайт или в мобильное приложение хотя бы 1 раз за месяц. Выражено в тысячах человек.

Total Mobile Совокупная аудитория сайтов и приложений на мобильных устройствах.

TSL (Time Spent Listening) Продолжительность прослушивания радиостанций в течение суток (в минутах / часах).

Web Desktop Аудитория сайтов на стационарных компьютерах и ноутбуках.

Web Mobile Аудитория сайтов на мобильных устройствах.

Аудитория за месяц (Monthly Reach) Накопленное количество слушателей за месяц, выраженное в тысячах человек или в процентах от населения (в рамках выбранной ЦА).

Аудитория за неделю (Weekly Reach) Накопленное количество слушателей за неделю, выраженное в тысячах человек или в процентах от населения (в рамках выбранной ЦА).

Аудитория за сутки (Daily Reach) Накопленное количество слушателей за сутки, выраженное в тысячах человек или в процентах от населения (в рамках выбранной ЦА).

