Е.А. Болотова, кандидат искусствоведения, старший научный сотрудник кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: bolotova_e1961@mail.ru
Л.Д. Болотова, кандидат исторических наук, доцент кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: bolotovald@gmail.com

ДВАДЦАТЬ ЛЕТ СПУСТЯ, ИЛИ "СЛУШАЙТЕ РАДИО, ОСТАЛЬНОЕ — ВИДИМОСТЬ!"

В статье показана двадцатилетняя история радио "Эхо Москвы" — лидера информационного вещания, анализируются основные программы. Особое внимание уделено сайту радиостанции как мультимедийному порталу.

***Ключевые слова**: радиостанция, "Эхо Москвы", радиовещание, радиопрограммы, аудитория, интерактивность, сайт, мультимедиа.*

This article illustrates 20 year history of radio "Echo of Moscow" (Ekho Moskvy), a leader in the broadcast. It provides a thorough analysis of the main programs. A particular attention is paid to the Echo's Internet site as a multimedia portal.

***Key words**: radio, radio station, "Echo of Moscow" (Ekho Moskvy), radio programs, audience, interactivity, site, multi-media.*

Двадцать лет назад началась новая эпоха в развитии отечественного радиовещания. 12 июня 1990 г. был принят первый в нашей истории Закон о печати и других средствах массовой информации, согласно которому право стать учредителем СМИ признавалось за широким кругом субъектов: физическими лицами, юридическими лицами, объединениями граждан. Государственная монополия на радиовещание была ликвидирована. Стремительно стала развиваться сфера негосударственного радиовещания. Первыми коммерческими радиостанциями стали музыкальные советско-французские "Европа Плюс Москва" (впоследствии "Европа Плюс") и "Радио России Ностальжи". Пионером негосударственного информационного вещания стала радиостанция «Эхо Москвы», получившая лицензию на вещание № 1.

Сегодня сектор коммерческого радиовещания — это более 50 музыкальных и информационных радиостанций (только в Москве). Важно отметить и резкое увеличение количества информационных станций — свыше десяти — и обилие разговорных программ на музыкальных каналах, что говорит о росте информационных потребностей аудитории. "Радио России", "Маяк", "Вести FM", "Сити FM", РСН, "Бизнес FM", "Комсомольская правда", "Коммерсантъ FM" и др. — каждая по-своему откликается на эти запросы аудитории. Но радио "Эхо Москвы" занимает в этой сфере

вещания особое место. Как говорит генеральный директор радиостанции Ю. Федутинов, «“Эхо Москвы” как радиопроект стоит особняком... Это был первый радиопроект, который не был связан с государственным участием... это первый частный радиопроект на территории России»[1].

Радиостанция “Эхо Москвы” начала вещание 22 августа 1990 г. Ее учредителями стали Московский городской Совет народных депутатов, Ассоциация “Радио”, журнал “Огонек” и факультет журналистики МГУ. С. Корзун и С. Бунтман, разработавшие концепцию нового средства массовой информации, имели опыт работы на государственном радио — они были дикторами иновещания — и хорошо чувствовали слабые места этой структуры. В первую очередь ярко выраженный пропагандистский характер программ, тенденциозность в подборе новостей, практически полное отсутствие прямого эфира и непосредственного контакта с аудиторией.

Отцы-основатели “Эха Москвы” хотели создать совершенно новый продукт в отечественном эфире — оперативное, мобильное, независимое радио, сообразующееся в своей информационной политике с общественными интересами, а не с директивами и запретами государственных и партийных деятелей и сложившимися стандартами и стереотипами вещания. Прежде всего речь шла о возможно более полном информировании аудитории о происходящих событиях, о недопустимости замалчивания важных новостей.

Конечно, фирменный стиль “Эха Москвы” — оперативная круглосуточная информация, четкое разделение факта и комментария, серьезная аналитика, компетентные гости, интереснейшие дискуссии, интерактивные программы — вырабатывался и складывался постепенно. Дебютный эфир был коротким, всего несколько часов — с 18.57 до 21.00. В 19.05 вышел выпуск новостей, который так и назывался: “19.05”. Первой мелодией, которая прозвучала в эфире, была песня Битлз “All My Loving”. Вел программу Сергей Корзун, в то время главный редактор “Эха”, информационные материалы готовил Вячеслав Крискевич. В студии присутствовал гость, заместитель председателя Моссовета Сергей Станкевич. Редакция сразу объявила в эфире свой телефон. Предполагалось разыграть приз для первого дозвонившегося слушателя. К сожалению, телефонная линия “залипла” и эксперимент закончился неудачей. Первый звонок в прямом эфире состоялся на следующий день — 23 августа, всего же было принято около 20 звонков. В течение месяца ежедневный эфир был увеличен до 3-х часов в сутки. Добавился выпуск новостей в 21.00 и музыкальная передача. Еще через несколько месяцев был реализован грандиозный для начинающей

[1] У “Эха Москвы” за 20 лет выработался огромный запас прочности // РБК daily. 2009. 7 дек.

радиостанции проект: “Эхо Москвы” и “Голос Америки” совместно провели радиомост в прямом эфире. В программе принимали участие мэр Нью-Йорка Дэвид Динкинс и вице-мэр Москвы Юрий Лужков.

Принципиально новой была высочайшая степень доверия к коллегам, а, значит, и степень свободы творчества, которую продемонстрировала молодая радиостанция. Р. Валиулин, тоже вышедший из “шинели” иновещания, пишет о том, как по привычке принес текст своей первой “эховской” программы на согласование к начальству: «Взгляд главного редактора задержался на верхней части самой первой страницы секунды полторы, максимум — две. Затем последовал какой-то неопределенный кивок головы, что-то типа “угу!”, и текст был возвращен в руки автора, который в тот самый момент понял, что такое прямой эфир, и, надеюсь, навсегда забыл, что такое цензура»[2].

Вскоре жизнь предоставила сотрудникам радиостанции возможность доказать свою приверженность демократическим идеалам в журналистике. Серьезной проверкой на профессионализм и независимость для “Эха” стали события в Вильнюсе, когда в январе 1991 г. в город были введены войска. Государственное радио не сообщало о драме, разворачивавшейся в литовской столице. Единственным источником информации в отечественном эфире в те дни стало “Эхо Москвы”. Редакция изменила привычное расписание программ: 13 января передатчик был включен в 10 утра. За пульт ведущего сел Сергей Бунтман. Сергей Корзун и Алексей Венедиктов пытались собрать информацию в Москве, что было непросто: в тот день по техническим причинам не работало агентство Интерфакс. Из здания парламента Литвы по телефону поступали сообщения от внештатного корреспондента Лазаря Шестакова, с улиц Вильнюса — от корреспондента Павла Ильяшенко. Освещение событий в Литве стало боевым крещением “Эха Москвы”, продемонстрировало способность редакции перестраивать ритм работы в сложных условиях, менять эфирную сетку, чтобы оперативно донести до слушателя экстренные новости, умение найти новые источники информации.

Именно в этом заключалось принципиальное отличие информационной службы “Эха Москвы” от соответствующих структур на государственном радио: новости собирались не только из традиционных источников, но и по своим каналам. Постепенно расширялся круг ньюсмейкеров и комментаторов, выступавших в эфире. Журналисты “Эха Москвы” стремились дать всестороннюю, объективную, достоверную, зачастую альтернативную официальной информацию. До этого москвичи, которые пытались узнать

[2] http://www.echo.msk.ru/contributors/149/

правду о том, что происходит в стране, слушали Би-би-си, "Голос Америки" или радио "Свобода". С появлением "Эха Москвы" у жителей столицы появилось качественное отечественное радио, которое совершило прорыв в информационной блокаде. Не случайно один из первых лозунгов нового СМИ звучал так: "Радио-М: прорыв в свободный эфир". ("Радио-М" — первоначальный вариант названия радиостанции. Александр Щербаков, в то время ответственный секретарь журнала "Огонек", расшифровал "ЭМ" как "Эхо Москвы".) Радиослушатели оценили и другую отличительную особенность нового средства массовой информации — отсутствие официального тона, непосредственность и естественность ведущих, комфортную для аудитории и гостей атмосферу дискуссии и диалога, разговорный стиль новостей.

Еще одна этапная веха в истории "Эха Москвы" — дни путча в августе 1991 г. К этому моменту эфир "Эха" увеличился на 3 часа за счет утренней программы (с 7 до 10 часов), а аудиторию радиостанции составляли 30% москвичей. Утром 19 августа "Эхо Москвы", как обычно, начало работу в 7 часов утра. Ведущий Сергей Корзун узнал о том, что в стране произошел государственный переворот за 40 минут до эфира и стал искать квалифицированного комментатора, который смог бы проанализировать происходящее. Однако в 7.45 в студию вошли сотрудники КГБ и потребовали прекратить вещание в связи с чрезвычайным положением. Так как никакой официальной бумаги предъявлено не было, Сергей Корзун отказался им повиноваться. Но тем не менее спецслужбы все же отсоединили студию от передатчика. Эфир возобновился лишь в 13.00 на следующий день. Программа была заполнена сообщениями корреспондентов о том, что происходило в городе, а также выступлениями депутатов. Алексей Венедиктов передавал информацию из Белого дома, комментировал события Андрей Черкизов.

После вышедшего вечером того же дня постановления ГКЧП о закрытии радио "Эхо Москвы" как "не способствующего стабилизации обстановки" связь с передатчиком снова прервалась. В очередной раз ее удалось восстановить, соединив студию и передатчик через обычную телефонную линию, около 3-х часов ночи 21 августа. Передачи продолжались до 10 часов утра (с небольшими паузами для подготовки информационных выпусков), когда в четвертый раз "Эхо Москвы" закрыли при помощи группы "Альфа", взявшей отчаянным штурмом нисколько не сопротивлявшийся передатчик на улице Демьяна Бедного. Через пару часов, когда "Альфа" ушла, был включен другой передатчик. Таким образом, пусть и с перерывами, радиостанция вела передачи в течение трех дней путча[3]. По словам Я.Н. Засурского, "Эхо Москвы" было «первой демократи-

[3] События этих дней нашли отражение в книге, написанной сотрудниками "Эха Москвы" (...Девятнадцатое, двадцатое, двадцать первое.... М., 1991).

ческой радиостанцией, которая противостояла консервативным силам, мешавшим движению к прогрессу, развитию демократического движения в СССР. Эту роль "Эхо Москвы" выполнило и стало важным, значительным элементом нового демократического информационного пространства» [Засурский, 2007, с. 358]. Самое громкое «дитя перестройки» — так назовет радиостанцию спустя несколько лет "Общая газета"[4].

"Эхо Москвы" начиналось как авторское радио. Лозунг "Свободное радио для свободных людей" был воплощен в полной мере. Каждый из ведущих становился абсолютным хозяином своего отрезка эфира, он выбирал гостей, определял темы для разговора.

После 1991 г. радиостанции пришлось встраиваться в рыночные условия, планы были грандиозными, а реальные условия существования, в первую очередь техническая база не позволяли их реализовать. Сохраниться в качестве конкурентоспособного средства массовой информации можно было, только переведя радио на профессиональные рельсы, нужна была современная техника и другая частота (первоначально "Эхо Москвы" выходило в эфир на средних волнах на частоте 1206 кГц). Все это требовало серьезных капиталовложений... В результате "Эхо Москвы" становится частью корпорации "Медиа-Мост".

Тогда же был составлен свод правил, которые обеспечивали журналистам взаимодействие с крупными акционерами и при этом оставляли свободу редакционной политики. В этих документах было несколько принципиальных моментов. Во-первых, порядок избрания главного редактора — эта процедура не зависит от Совета директоров, а является прерогативой журналистского коллектива. Во-вторых, разделение функций главного редактора и генерального директора, так как, по мнению руководителей "Эха Москвы", один и тот же человек не может и не должен управлять хозяйственной деятельностью СМИ и его редакционной политикой. И последнее — то, что между собой журналисты называют "принцип бутылки с узким горлышком". Речь идет о том, что все вопросы взаимоотношений с акционерами, в частности по поводу эфирной политики, обсуждаются непосредственно с главным редактором. Таким образом коллектив радиостанции ограждал свою деятельность от прямого влияния акционеров. Все эти положения были сохранены в новом уставе, принятом впоследствии, когда производящие и вещательные составляющие холдинга "Медиа-Мост", включая и "Эхо Москвы", перешли к корпорации "Газпром-Медиа".

Надо отметить, что взаимоотношения радиостанции и нового акционера развивались непросто, реальная угроза вмешательства

[4] *Кичин В.* Виват, радио! // Общая газета. 1996. 28 марта.

в редакционную политику "Эха" привела к тому, что было создано дочернее предприятие "Эха Москвы" — радиостанция "Арсенал", которая рассматривалась журналистским коллективом как "запасной аэродром". К счастью, уходить на подготовленную площадку не пришлось. Радиостанция "Арсенал", которая развивалась как самостоятельный разговорный проект, весной 2006 г. была продана А. Гайдамаку. Вскоре на частоте 87,5 МГц была запущена первая в России деловая радиостанция "Бизнес-FM".

В рыночных условиях радиостанция продолжала работать уверенно и успешно, сохраняя главные принципы: возвращение к самому смыслу журналистской профессии, "к смыслу функций средств массовой информации: сначала информация, комментарий потом"[5], как отмечает зам. главного редактора "Эха Москвы" С. Бунтман. Другой важный принцип, который в течение двух десятилетий журналисты "Эха" претворяют в жизнь, — это панорама всех возможных точек зрения на событие. С. Корзун, первый главный редактор радиостанции, говорит: "Помимо самой информации должны быть представлены все существующие точки зрения... Точка зрения меньшинства должна быть обязательно представлена в наших программах, иначе общество просто о ней не узнает и соответственно не сможет что-то сделать" [там же, с. 32].

А с другой стороны, не будучи изначально коммерческим проектом, "Эхо Москвы" развивалось как самоокупаемая, прибыльная радиостанция. «"Эхо Москвы" никогда не считалось чисто коммерческой радиостанцией, — отмечает Ю. Федутинов. — Но при этом мы всегда относились к нему как бизнесу, несмотря и даже вопреки всем объективным обстоятельствам, мы состоялись и как радиостанция, и как бизнес»[6].

С 1994 г. радиостанция начинает круглосуточное вещание, в эфире появляется новый слоган: "Мягкой посадки вашим батарейкам!" Примерно в это же время было создано информационное агентство "Эха Москвы", распространяющее эксклюзивную текстовую информацию радиостанции, а также анонсы предстоящих событий. В 1995 г. началось вещание "Эха" на частоте 73,82 МГц (УКВ), а в 1997 г. — в FM-диапазоне на частоте 91,2 МГц, что было очень важно с точки зрения улучшения качества сигнала и увеличения потенциальной аудитории, как в Москве, так и в других городах России и за рубежом. В 1996 г. было завоевано почетное звание "Лучшая радиостанция года". К 2000 г. список городов вещания "Эха" включал почти 70 названий. Совокупная суточная аудитория в Москве выросла до миллиона человек.

---

[5] Радио "Эхо Москвы" как явление новой журналистики // Журналистика и культура русской речи. 2006. № 2. С. 31.

[6] У "Эха Москвы" за 20 лет выработался огромный запас прочности // РБК daily. 2009. 7 дек.

Оценивая первое десятилетие в истории станции, А. Венедиктов, который стал главным редактором радиостанции в 1998 г., таким образом определил отличительные черты редакционной политики "Эха Москвы": «отсутствие цензуры, приглашения получают все, кроме фашистов (есть такое ограничение, это правда); новости даем раньше всех, для чего создана специальная технология. И все это делает "Эхо Москвы" в том виде, в котором радиостанция функционирует на сегодняшний день, абсолютно необходимым куском информационного пейзажа России: вот вынь это радио сейчас, и огромный участок "почвы" провалится»[7].

Приоритетом в сетке вещания "Эха Москвы" всегда были новости. Постоянное увеличение объема информационного вещания привело к тому, что в 1995 г. было введено такое понятие, как "информационный канал". Сама эта вещательная форма не была новацией, она впервые появилась в 1987 г. на радиостанции "Юность". Главной особенностью канала стала длительность программы и четко выстроенная композиция. Постепенно на "Эхе Москвы" появились три канала, соответствующие трем «пикам» слушательского интереса: утренний, дневной и вечерний. Однако со временем грани между ними стерлись, и эфир "Эха Москвы" превратился в единый информационный поток. При этом в утреннем эфире выпуски новостей выходят каждые 15 минут.

Достоверная, оперативная, разносторонняя информация — это фирменный знак "Эха Москвы": "Политика радиостанции заключается в том, что мы используем все добросовестные источники и предоставляем вам всю информацию, — говорит А. Венедиктов. — Вне зависимости от того, нравится она нам или нет"[8]. Заместитель главного редактора радиостанции и главный редактор информационного агентства "Эха Москвы" В. Варфоломеев, обобщая принципы отбора и верстки новостей в выпуске, отмечает: «На "Эхе" главной, т.е. первой новостью может быть все, что угодно: и война (когда она начинается и обостряется), и пожар на башне (когда он случается), и повышение цен на бензин, и приезд звезды Голливуда или победа наших на крупном спортивном турнире. Важно, чтобы это было очень интересно и, конечно, оперативно» [Время работать на радио..., 2002, с. 90]. Но для экстренной новости эфир всегда открыт. В кризисные моменты в истории страны и мира в целом особенно ярко проявляются достоинства того механизма по получению, обработке и доставке слушателю информации, который был создан на "Эхе Москвы". Работа всей радиостанции перестраи-

[7] *Пархоменко С.* Повелитель "Эха". http://www.itogi.ru/paper2000.nsf/Article/Itogi_2000_08_18_191114.html

[8] *Венедиктов А.* Мы заработали хорошую репутацию // Независимая газета. 2000. 23 авг.

вается, прерывается привычный график передач, новости идут в эфир по мере поступления в редакцию — это сообщения отечественных и зарубежных агентств, эксклюзивная информация от очевидцев событий, которых сотрудники "Эха" умеют оперативно разыскать. Например, 11 сентября 2001 г., когда стало известно, что первый самолет врезался в одну из башен-близнецов, М. Ганапольский сумел дозвониться до своего знакомого в Нью-Йорке и получить сведения о ситуации в городе "из первых рук". Слушатели в Москве и других городах России почувствовали растерянность и беспокойство человека, столкнувшегося с катастрофой, масштабы которой ему еще не понятны. Радиостанция "Эхо Москвы" заняла первое место среди отечественных СМИ по оперативности и полноте освещения трагической эпопеи, связанной с гибелью подводной лодки "Курск". В момент штурма захваченной террористами школы в Беслане "Эхо" выводило в эфир журналистов, ставших свидетелями трагедии, и из их сообщений складывалась объемная картина происходящего. По свидетельству корреспондента "Коммерсанта" В. Панюшкина, московская радиостанция была главным источником информации для бесланцев в дни трагедии: «Радио "Эхо Москвы" звучит здесь из каждой машины. Все дни, пока школа в Беслане была захвачена, люди узнавали, как там внутри их дети, из передач "Эха Москвы". Из штаба к ним почти никто не выходил, или если выходил, так говорил то, что "Эхо" сказало час назад»[9]. "Эхо Москвы" за 20 лет своего существования завоевало доверие аудитории и приобрело репутацию надежного источника информации.

С 2005 г. наряду с традиционными поставщиками информации "Эхо Москвы" стало использовать в качестве источника новостей интернет-дневники, так называемые "блоги". Сведения, которые предоставляют нежурналисты, становятся особенно ценными тогда, когда профессионал не может по тем или иным причинам попасть в эпицентр происходящего. Так было во время обострения ситуации в Нальчике, урагана Катрина в США, взрывов в лондонском метро. Эта тенденция прослеживается в разных средствах массовой информации. «Доходит до того, — пишет обозреватель "Эха Москвы" А. Плющев, — что сетевые дневники цитируют в выпусках теленовостей — как, например, во время событий в Киргизии, когда журнал www.livejournal.com/users/morrire мгновенно стал чуть ли не единственным источником информации»[10]. Так и на "Эхе Москвы" первые сообщения о событиях в Кондопоге (2006 г.) появились в эфире благодаря местным блоггерам. По словам А. Венедиктова, журналисты обратились к тем, кто описывал

[9] Списки жертв должны быть сегодня // Коммерсантъ. 2004. 13 сент.

[10] *Плющев А.* Дневниковый период // Newsweek. Декабрь 2005 — январь 2006.

происходящее в своих дневниках, причем "связались с несколькими людьми, которые с разных точек это видели... мы получили информацию. И, кстати, эта информация не была опровергнута. Она подтвердилась и подтверждается в ходе нынешних судебных заседаний"[11].

А. Венедиктов неоднократно подчеркивал, что базисные принципы информационной политики "Эха Москвы" всегда оставались неизменными. Кроме полноценного достоверного оперативного информирования слушателя, радиостанцию всегда отличало стремление показать разные точки зрения на те или иные события. У микрофона "Эха" выступают представители широкого спектра политических взглядов и течений: В. Новодворская., Н. Сванидзе, Л. Радзиховский, А. Проханов, Э. Лимонов, Б. Немцов, М. Шевченко, Л. Млечин, Н. Белых и многие другие. Оперативно откликнувшись на материал о фактах коррупции в органах охраны правопорядка "Рабы ОМОНа", опубликованный в журнале "The New Times", редакция провела в прямом эфире дискуссию между представителями этой структуры и авторами статьи[12].

Аналитика — "фирменное блюдо" "Эха Москвы". Долгие годы в эфире радиостанции звучали "реплики от Андрея Черкизова" — краткие оперативные комментарии "на злобу дня". После безвременного ухода из жизни этого блестящего аналитика в жанре ежедневной реплики работают Сергей Бунтман и Антон Орехъ. Любое заметное событие в общественной, политической, культурной, научной и других областях современной жизни находит осмысление в передачах радиостанции. Аналитическая составляющая на протяжении двадцати лет существования радиостанции постоянно развивалась и совершенствовалась. Постепенно аналитические программы стали более структурированными, обрели постоянное место в сетке вещания, расширился их тематический спектр и круг обозревателей и экспертов, приглашаемых в эфир. Эволюция программной политики "Эха" учитывает и объективные изменения в системе СМИ в России, развитие передовых технологий, прежде всего Интернета, который постепенно превращается в наиболее оперативное средство информации. Новости в Интернете становятся доступными все большему количеству людей. Соответственно меняется и роль радио в современном обществе. Редакция постоянно отслеживает изменения запросов слушателей, причем методы изучения интересов аудитории самые разные: мониторинг, социологические опросы, маркетинговые исследования. Проводятся голосования в прямом эфире и на сайте радиостанции.

---

[11] Радиожурналистика: проблемы, парадоксы и перспективы профессии // Журналистика и культура русской речи. 2009. № 1. С. 18.

[12] Дневной разворот // Эхо Москвы. 2010. 2 февр.

В значительной степени результатами таких исследований были обусловлены серьезные изменения в программах "Эха Москвы" в 2005 г. Как отмечал А. Венедиктов в интервью "Российской газете", "мы провели голосование среди наших слушателей по вопросу, какую зону эфира расширять — новостную или дискуссионную. Из 5000 голосовавших 87% высказались в пользу аналитики и дискуссий"[13]. В результате в программах "Эха" значительно увеличилось количество аналитических и интерактивных передач. В утренней интерактивной программе "Разворот" ведущие (В. Варфоломеев, В. Уткин, А. Осин, А. Орехъ, А. Самсонова, А. Плющев и др.) в прямом эфире обсуждают с радиослушателями злободневные вопросы — от последних политических событий до состояния московских дорог. Здесь же звучат информационные выпуски, новости спорта, обзоры прессы Л. Гулько, советы автомобилистам от А. Пикуленко, прямые включения с биржи, информация о погоде и т.п. Со временем к утренним "Разворотам" добавились дневные.

Радиостанция "Эхо Москвы" совместно со спутниковым каналом RTVi транслирует по будням программу "Особое мнение". Этот мультимедийный проект выходит в 17.00 и 19.00 по московскому времени и представляет собой ответы известных обозревателей на вопросы радиослушателей и телезрителей. Видеотрансляцию передачи можно смотреть на сайте и там же принимаются вопросы к программе. Таким образом, аудитория "Эха Москвы" значительно расширилась за счет привлечения определенной доли русскоязычного населения в ближнем и дальнем зарубежье. Кроме того, аналитикой насыщены и более поздние вечерние часы — с 20.30 до 24.00, когда можно услышать дискуссии под общим названием "Клинч", программы "Своими глазами", "Лукавая цифра", "48 минут", "Народ против" и многие другие.

Повышенный интерес аудитории вызывают авторские программы Евгении Альбац, Сергея Бунтмана, Сергея Корзуна, Юлии Латыниной, Сергея Пархоменко, Евгения Киселева, Светланы Сорокиной. Обстоятельному анализу экономических вопросов посвящены рубрики "Эхономика", "Кредит доверия", "Тектонический сдвиг" с научным руководителем ВШЭ Е. Ясиным. Авторы исторического проекта "Цена победы" Виталий Дымарский и Дмитрий Захаров обращаются к спорным и малоизвестным эпизодам Второй мировой войны.

Сравнительно недавно в эфире "Эха Москвы" и телеканала "Звезда" появилась совместная мультимедийная программа "Военный совет", в которой ведущие С. Бунтман и А. Ермолин обсуждают с военными экспертами реальные проблемы Вооруженных

[13] *Венедиктов А.* "Эхо" докатилось до Кремля. http://www.rg.ru/2004/08/25/echo.html

сил России. Передача выходит на "Эхе" по субботам, а на следующий день телевизионная версия транслируется телеканалом.

В январе 2010 г. совместно с агентством РИА "Новости" был запущен новый исторический проект "Осторожно — история!", еженедельная программа, в которой принимают участие историки и журналисты. Это дискуссия о различных исторических событиях, фактах, деятелях. Побудительным мотивом к созданию программы стало формирование комиссии по борьбе с фальсификацией истории. "Мы все-таки — медиа, — говорит А. Венедиктов, — и потому должны рассказывать людям о том, что говорят на комиссии. И мы решили найти такую форму мультимедийного проекта, которая позволит быть причастным к проблеме не только людям, принимающим решения, но и нашим аудиториям"[14]. Реализуется эта идея на практике в радиоэфире и на интернет-сайтах обеих редакций, где размещаются материалы программ и круглые столы по темам передач, которые проводит РИА "Новости".

Конечно, у "Эха", как и у любого другого СМИ, случаются ошибки: неправильные ударения, неверное склонение числительных и т.п., есть и неудачные по исполнению, хотя и интересные по замыслу программы. Характерный пример — совместный с РЖД проект, когда журналисты получили возможность проехать по всей стране от Калининграда до Владивостока. К сожалению, аудитория должна была слушать только рассказы журналистов о жизни в разных городах России. Как не хватало в программах живых голосов жителей этих городов, которые могли бы поделиться своими мыслями, своими проблемами.

И все же эти частности не меняют общего впечатления от программ лидера информационно-аналитического вещания. Слушатели высоко ценят передачи радиостанции, не сопоставимые по информационной насыщенности, оперативности, достоверности, аналитичности, а также по познавательной составляющей с передачами других информационно-разговорных станций.

"Эхо Москвы" первая из коммерческих станций начала вещание для детей. Сегодня уже звучит в эфире "Детское радио", а у "Детской площадки" "Эха" (ведущая К. Ларина) по-прежнему телефон раскаляется от ребячьих звонков. Обсуждение проблем школьного образования, не только слушаемая, но и интерактивная программа "Родительское собрание", где слышны мнения родителей, педагогов и самих учеников.

Целый пласт культурного вещания — утренний эфир К. Лариной по субботам и воскресеньям. Здесь и обсуждение телепрограмм с И. Петровской, рассказ о театральных премьерах, концертах, вы-

[14] *Венедиктов А.* Планета наша маленькая, и жить нам рядом. Осторожно — история! // Независимая газета. 2009. 18 дек.

ставках, передача М. Королевой и О. Северской “Говорим по-русски”, постоянная рубрика “Музейные палаты” с великолепными репортажами Т. Олевского, “Культурный шок” и “Дифирамб”, беседы в студии с известными деятелями культуры.

На “Эхе Москвы” сложился уникальный творческий коллектив, команда профессионалов — А. Венедиктов, С. Бунтман, В. Варфоломеев, М. Ганапольский, К. Ларина, Н. Болтянская, Л. Гулько, М. Королева, М. Старостина, И. Меркулова, А. Осин, А. Плющев, А. Орехъ, О. Бычкова, К. Похмелов и др. Интересно работают в эфире молодые сотрудники — М. Максимова, А. Трефилова, Т. Дзядко, А. Дурново, Е. Бунтман, И. Воробьева, Т. Фенгельгауэр, О. Пашина и их коллеги.

Несмотря на кризис, на обострившуюся конкуренцию информационно-разговорных форматов, сокращение рекламного рынка более чем на 30%, “Эхо Москвы” остается стабильной, устойчивой структурой, имеющей высокий авторитет и у слушателей, и у рекламодателей. Еще в 2006 г. станция вошла в состав “Тотального радио”, основанного ЕМГ, проекта, объединяющего продажи рекламного времени на ряде радиостанций. Другая важная антикризисная программа — создание единого сейл-хауза в рамках холдинга “Газпром-Медиа”. Эти меры помогают радиостанции, по словам Ю. Федутинова, иметь несколько точек опоры и держать удар[15].

Нельзя не отметить постоянное стремление топ-менеджмента радиостанции максимально использовать возможности, предоставляемые новейшими технологиями, в первую очередь Интернетом. Именно об этом говорил А. Венедиктов, выступая перед коллективом редакции 2 марта 2008 г. Среди приоритетов он назвал Интернет и мультимедиа.

25 февраля 2008 г. была запущена обновленная, четвертая версия сайта echo.msk.ru, которая перевела способ контакта радиостанции и аудитории в плоскость максимальной интерактивности. Посетители электронной странички “Эха” могут комментировать практически любой выложенный на ней материал, по существу, весь сайт превратился в гигантский форум, на котором обсуждаются самые актуальные и насущные вопросы современного общества. Это усовершенствование не коснулось только новостей, традиционно публикуемых и обновляемых в Интернете параллельно с выходом в эфир очередных информационных выпусков “Эха”. Идея ввести подобный сервис применительно к информации существовала, но была признана непродуктивной, так как весь программный, а соответственно и электронный контент, все интервью и выступления, экспертные оценки и мнения, звучащие в эфире

[15] У “Эха Москвы” за 20 лет выработался огромный запас прочности» // РБК daily. 2009. 7 дек.

и публикуемые на сайте, представляют собой комментарии к важнейшим событиям. Слушатели в свою очередь имеют возможность согласиться или не согласиться с экспертами, а значит, изложить свою позицию и свое отношение к происходящему.

Сегодня на сайте "Эха" можно найти текст любой программы радиостанции, а также прослушать аудиофайл передачи в любое удобное время в наиболее приемлемом для пользователя варианте: непосредственно на сайте, на своем ПК или на цифровом плеере. При этом необходимо отметить, что функция подкастинга была введена уже более трех лет тому назад и активно совершенствуется и развивается. Так, теперь кроме гостевых эфиров и авторских программ планируется выкладывать в Интернет и звуковые файлы новостей и рубрик. Предполагается в будущем сделать некоторые из них доступными для прослушивания до выхода в эфир в удобное для слушателей и пользователей сайта время.

На сайте можно познакомиться с блогами журналистов "Эха" и других отечественных и зарубежных СМИ, видных политических деятелей разных стран мира (например, президента США Барака Обамы, министра иностранных дел Великобритании Дэвида Милибэнда, генерального секретаря НАТО Андерса Фог Расмуссена), экономистов, предпринимателей, врачей, юристов, актеров, преподавателей, журналистов — всего на интернет-площадке "Эха" публикуются более двухсот блоггеров.

Сайт дает возможность посмотреть фотоматериалы, принять участие в дискуссиях и обсуждениях, голосованиях и викторинах, задать вопрос гостям студии. Наконец, на сайте публикуются статьи и документы, не имеющие непосредственного отношения к деятельности радиостанции, но получившие большой общественный резонанс.

Постоянно расширяется видеораздел сайта. Он начинался рубрикой "Закулисье Эха", которая позволяла слушателям заглянуть на журналистскую "кухню" и понаблюдать за процессом создания тех или иных программ. Затем самые важные, даже отчасти сенсационные эфиры (такие, например, как пресс-конференция Д. Ковтуна и А. Лугового) стали дополняться видеоподкастами. В этом разделе получают освещение все значимые события "внутриэховской" жизни. Свой видеоблог ведет на сайте главный редактор радиостанции А. Венедиктов. Кроме того, практически все программы "Эха", по крайней мере, наиболее значимые из них, можно не только слушать, но и смотреть на сайте — с помощью видеотрансляции.

Новая версия сайта позволяет проследить популярность всех материалов, выложенных на электронной странице радиостанции. Каждая публикация — будь то новость, текст, аудио- или видео-

файл — снабжена указанием на количество просмотров. Наиболее рейтинговые из них группируются в топ-листы по девяти номинациям: дискуссии, новости, интервью, голосования, гости, сотрудники, видео, блоги, топ года.

Сайт радиостанции "Эхо Москвы" входит в десятку самых цитируемых СМИ Интернета, его ежемесячная аудитория превышает 800 тыс. человек (около 7 млн просмотров страниц). Ежедневно сайт посещает более 50 тыс. человек (до 340 тыс. просмотров страниц в день). За последние два года количество новых пользователей выросло более чем на 50%. По данным "TNS Россия", число уникальных посещений в ноябре 2009 г. превысило 2,5 млн, а количество ежедневных обращений приближается к 200 тыс.[16]

В настоящее время в базе сайта свыше 420 тыс. новостей, 13 тыс. персон, около 49 тыс. текстов интервью[17]. Для того чтобы помочь слушателям ориентироваться в такой сложной конструкции и не пропустить актуальные и интересные материалы, опубликованные на сайте, в эфире появилась ежедневная программа "Дежурный по сайту", представляющая собой оперативные обзоры новых публикаций.

По словам Я.Н. Засурского, «новые технологии сделали "Эхо" уникальным»[18]. По разнообразию сервисов — онлайн-вещание, видеотрансляции, подкастинг, видеоблоги, звуковой и текстовый архивы с рассылкой RSS, разработка версий для мобильных телефонов и варианта PDA[19] и т.п. — сайт www.echo.msk.ru является мультимедийным порталом, отвечающим современным стандартам мировой медиаиндустрии.

Главный редактор "Эха" заявляет: «Я всегда хотел, чтобы "Эхо Москвы" было площадкой для общественных дискуссий по разным вопросам. Пусть приходят люди и высказывают свое мнение. А мы площадка»[20]. В этом принципиальная особенность подхода "Эха": не навязать аудитории чью-либо точку зрения, а помочь разобраться и сформировать свою, выслушав людей, занимающих разные позиции.

По сути, "Эхо Москвы" выполняет функции общественного радио, которого реально в нашей стране не существует. Стандарты общественного радиовещания, наиболее четко проявляющиеся в повседневной практике корпорации Би-би-си, подразумевают, что

---

[16] http://www.echo.msk.ru/ratingsite

[17] http://www.echo.msk.ru/site

[18] Без дураков // Эхо Москвы. 2010. 12 янв.

[19] Экономичный вариант сайта, востребованный пользователями наладонников, смартфонов и мобильных телефонов с доступом в Интернет. В PDA-версии можно прочитать свежие новости, расшифровки, блоги, а также послушать программы радиостанции и скачать звук понравившихся эфиров.

[20] Кто усыновит Лжедмитрия? // Новая газета. 2009. 23 дек.

вещатель руководствуется в своей деятельности не одними только коммерческими соображениями, а служит общественным интересам, обеспечивает граждан полной информацией, обогащает их знания и досуг, дает слово представителям разных политических направлений, постоянно совершенствует профессиональный уровень программ. Все это справедливо по отношению к радиостанции "Эхо Москвы". Речь идет об отражении в эфире различных точек зрения, о представительности интересов разных общественных и демографических групп, об общей просветительской направленности программ, о возможности для любого радиослушателя свободно высказать свое мнение, о постоянном обновлении форм вещания при сохранении изначальной концепции радиостанции. Именно об этом говорил в программе С. Корзуна "Без дураков" Я. Засурский, отмечая, что "Эхо" действует на уровне общественного вещания[21].

Очевидно, потребность в таком вещателе в нашем обществе есть. Об этом свидетельствуют высокие рейтинги "Эха Москвы", как в столице, так и по стране в целом. По данным Комкона, в ноябре 2009 г. "Эхо" впервые заняло 2-е место из 54 радиостанций, вещающих в Москве, по ежедневной аудитории. При этом объем ежедневной аудитории постоянно растет: согласно исследованиям "TNS Global" (Москва), если летом 2005 г. он составлял 6,8%, то через 4 года — 9,2%[22].

Что касается общей картины по России, "Эхо Москвы" прочно занимает в рейтингах шестую позицию, пропустив вперед только "Русское радио", "Европу Плюс", "Авторадио", "Ретро FM", "Шансон" и "Юмор FM" и обогнав все остальные информационные станции. При этом основная возрастная категория радиослушателей — от 35 до 60 лет. Около половины — служащие, специалисты и руководители предприятий, 40% относятся к категории обеспеченных и высокообеспеченных, почти половина — мужчины, 79% слушателей имеют высшее образование. В целевых группах: обеспеченные и высокообеспеченные москвичи и руководители старше 40 лет с высшим образованием — "Эхо Москвы" опережает своих информационных конкурентов[23].

Радиостанция относится к весьма популярным и авторитетным СМИ как в стране, так и за ее пределами. Международный авторитет "Эха Москвы" достаточно высок, по крайней мере, индекс цитирования его западными средствами массовой информации выше, чем у федеральных каналов[24]. В феврале 2009 г. по результатам

---

[21] Без дураков // Эхо Москвы. 2010. 12 янв.

[22] http://www.echo.msk.ru/ratings.html

[23] Ibid.

[24] См.: *Венедиктов А.* Мы очень веселая радиостанция // Независимая газета. 2005. 27 сент.

исследования компании "Медиалогия" "Эхо Москвы" заняло первое место среди радиостанций по индексу цитируемости российских федеральных СМИ[25].

В декабре 2005 г. Национальная ассоциация телерадиовещателей России назвала "Эхо Москвы" лучшей радиокомпанией года. Специальный приз получил главный редактор "Эха Москвы" Алексей Венедиктов, а в 2006 г. он был признан журналистом года. За вклад в развитие двусторонних отношений между Россией и Францией, за распространение объективной, оперативной и качественной информации А. Венедиктов был награжден орденом Почетного легиона.

Нельзя не признать, что "Эхо Москвы" сегодня больше, чем просто одна из отечественных радиостанций. С одной стороны, "Эхо" — это культурный, информационный и политический бренд[26]. "Эхо Москвы" — это авторитетная и признанная коллегами школа подготовки радиожурналистов. Именно "Эхо" приучило аудиторию к серьезным обсуждениям и свободным дискуссиям в эфире. "Эхо Москвы" трудно воспринимать в фоновом режиме, настолько содержательны ее программы, которые требуют от слушателя полной отдачи и активного участия.

С другой стороны — "Эхо Москвы" обладает неповторимым эфирным образом, его не спутаешь ни с одной другой радиостанцией. Очень точно об этом говорит М. Королева: «Для меня "Эхо Москвы" — это феномен, пожалуй, лингвистический и даже интонационный. У "Эха Москвы" своя интонация, которую все пытаются скопировать, и никто не может... Для того чтобы быть в эфире таким и говорить с такой интонацией, нужно таким просто быть. Поэтому для меня "Эхо Москвы" — это прежде всего интонация»[27].

Обозреватели называют "Эхо" индикатором свободы слова в России и признают, что трудно найти радиостанцию, сопоставимую с ним по влиятельности. Генеральный директор "Эха" Ю. Федутинов обращает внимание на экономическую успешность радиостанции: «В Москве я знаю только один разговорный самоокупаемый проект — это "Эхо Москвы". Если раньше я боялся, что сейчас меня кто-то догонит и подвинет, то теперь просто интересно — ну когда же появится тот, который меня подвинет? Но даже и в этом случае

[25] http://www.echo.msk.ru/news/585187-echo.html

[26] Кстати, в июле 2007 г. именно за создание успешного российского бренда, вклад в развитие российской экономики и общества Международная академия бренда вручила награды генеральному директору радиостанции "Эхо Москвы" Юрию Федутинову, главному редактору Алексею Венедиктову, заместителю главного редактора по маркетингу Ирине Цвей.

[27] Радио "Эхо Москвы" как явление новой журналистики //Журналистика и культура русской речи. 2006. № 2. С. 39.

нас не вытеснят с рынка»[28]. В. Шендерович заметил однажды, что радиостанцию “Эхо Москвы” “следовало бы назвать лучшей, если бы она уже не была единственной”[29]. Эта уникальность делает “Эхо Москвы” самым ярким элементом современного медийного ландшафта России.

Список литературы

Время работать на радио. Современная радиожурналистика в разных жанрах / Под ред. Е.Н. Филимоновых. М.: Фонд независимого радиовещания, 2002.

Девятнадцатое, двадцатое, двадцать первое... М.: Шакур-инвест, 1991.

Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990—2007. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2007.

Поступила в редакцию
25.02.2010

[28] http://www.itogi.ru/Paper2007.nsf/Article/Itogi_2007_08_24_22_2116.html
[29] http://www.ej.ru./comments/entry/2625/