



Title	О феномене радиостанции «Эхо Москвы» в медийном пространстве России
Author(s)	Дыбовский, А.С.
Citation	言語文化研究. 2011, 37, p. 199-221
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/24687
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

О феномене радиостанции «Эхо Москвы» в медийном пространстве России

А. С. Дыбовский (А. Дайбоフスキー)

本稿では、2010年8月22日、創立20周年を迎えた現代ロシアの自由放送「モスクワのこだま」がロシアのマスメディアにおける特殊な現象として論じられ、その編集委員会の方針、放送内容やHR構成、ラジオ聴者への影響及びその社会的な役割が考察されている。ソビエト時代の末期に自由民間放送として生まれた「モスクワのこだま」は、21世紀初頭のロシアのメディアへの国家官僚による抑圧が強化された中で、ロシア内外の政治家や社会活動家、政府要人、各種の研究者やエキスパートを始め、普段ロシアのマスメディアで歓迎されない野党政治家、人権擁護者、リベラルな社会活動家等に発言の場を与え、独立性をその活動の主要原理にしているのである。人気のあるインターネットサイトを持ち、インターネット放送も実施し、プログラムの一部が国際テレビRTViにより放映される上記の放送局は、大きな社会的意義のあるロシアのユニークなマルチメディア情報機関である。

Ключевые слова: массмедиа России; «Эхо Москвы»; редакционная политика.

...мы стали мифом, символом возможности говорить свободно¹.

(А.Венедиктов)

22 августа 2010 года исполнилось 20 лет с момента создания радиостанции «Эхо Москвы», которая за эти годы стала авторитетным отечественным СМИ, широко известным как в нашей стране, так и за ее пределами. Ниже, кратко остановившись на особенностях развития массмедиа в постсоветской России, мы попытаемся охарактеризовать указанную радиостанцию как своеобразный феномен медийного ландшафта современной России.

I. Массмедиа в постсоветской России

Массмедиа постсоветской России формировались путем перевода на рыночные рельсы системы общенациональных и региональных СМИ СССР, принадлежавших государству и полностью контролировавшихся государственной цензурой. В истории развития массмедиа в

постсоветскую эпоху представляется возможным выделить три основных этапа². Во-первых, это эпоха неопределенности первых лет перехода к рыночной экономике, когда стремительно осуществлялись разгосударствление и приватизация социалистической собственности, в том числе и СМИ. В этот период («проторыночный») в соответствии с законом РФ "О средствах массовой информации" от 27-го декабря 1991 г.³, учредителями СМИ могли стать как частные лица, так организации, государственные учреждения или журналистские коллективы. Последние, как правило, не обладали достаточными финансовыми средствами, и процесс приватизации российских СМИ принимал сложные и разнообразные формы⁴. Получив творческую свободу и освободившись от цензуры в соответствии с вышеназванным законом, значительная часть российских СМИ не смогла самостоятельно существовать в условиях рынка, и уже 17 июля 1992 г. было принято постановление Верховного Совета РФ «Об экономической поддержке и правовом обеспечении деятельности средств массовой информации». Дотации распределялись Министерством информации и печати РФ «под контролем депутатской комиссии пропорционально результатам подписки и тиражу периодических печатных изданий»⁵. Отсутствие финансовой независимости порождало возможность манипулирования СМИ российскими элитами «для достижения своих узко корпоративных целей»⁶. В то же время введение рыночных механизмов заставляло российские СМИ осваивать новые модели взаимодействия с потребителем. Ориентируясь на интересы массовой аудитории, значительная часть СМИ стремительно наливалась «желтизной». «Тяжелый» социально-политический контент замещался «легким» развлекательно-досуговым, новости, аналитика, документалистика превращались в инфотеймент, активно использовались заимствованные форматы развлекательного контента. Во многих СМИ на передний план стали выходить «сенсационные» материалы, связанные с криминалистикой, светской хроникой, гламуром и эротикой; реклама нередко стала принимать самые крикливые и навязчивые формы. В результате в первые годы перехода к рынку в России была гипертрофированна развлекательно-досуговая функция СМИ при пренебрежительном отношении к информационно-аналитической, культурно-просветительской, мобилизационной, партиципационной и проч.⁷

Инструментальная полезность СМИ была быстро оценена «передовиками» капиталистического соревнования, и начался следующий («олигархический») этап освоения СМИ новоявленными российскими бизнесменами и концентрации важнейших СМИ в руках руководителей финансово-промышленных групп и отдельных олигархов как средств пиара и политической борьбы. К середине 1990-х годов возник ряд могучих медиа-империй, руководители которых видели в СМИ мощное средство манипулирования общественным мнением в собственных интересах. Наступление «олигархического» этапа развития постсоветских СМИ отчетливо проявилось

в борьбе компроматов на президентских выборах 1996 г. Признаками нового этапа развития постсоветских СМИ стали информационные войны, процветание «заказной» журналистики, дальнейшая коммерциализация содержания СМИ. Создатели рекламы стали находить более мягкие и тонкие формы воздействия на потребителя.

В начале 2000-х гг., когда президентом РФ стал В.В.Путин, государство вступило в противоборство с господством олигархии в области СМИ и вернуло в свои руки этот информационный ресурс, установив контроль над основными федеральными телевизионными каналами. Тем самым было положено начало следующему («квазидемократическому») этапу развития постсоветских СМИ, в качестве характерных черт которого можно назвать следующие: 1) если не лояльность, то по крайней мере политическая нейтральность СМИ по отношению к правящему режиму как средство выживания последних в российской медиасреде; 2) развитие самоцензуры; 3) усиление контроля над СМИ со стороны властных элит, особенно заметное на региональном уровне в силу большей финансовой слабости и зависимости от местных бюджетов и налоговых льгот⁸. По данным правозащитной организации «Freedom House» по уровню свободы слова Россия занимала в 2005 г. 158-е место, в 2006 г. – 165-е место из 195 стран⁹. За время пребывания в президентском кресле РФ Д.А.Медведева давление на СМИ со стороны бюрократии несколько смягчилось, наблюдаются и слабые симптомы восстановления принципов гласности, однако возобновились и информационные войны¹⁰, усилился контроль за интернетом¹¹, и станет ли эпоха Медведева началом нового этапа развития российских СМИ, – покажет время.

Важнейшим отличием России от других европейских стран в области средств массовой коммуникации в начале XXI века является наличие мощного сектора государственных СМИ, контролирующего ключевые каналы связи с массовой аудиторией. Например, из 800 российских телевизионных компаний государству принадлежат 100, из ведущих пяти телевизионных каналов с максимальным охватом населения страны четыре являются государственными¹², а пятый (НТВ) входит в «Газпром-медиа», принадлежащий «Газпрому», контрольный пакет акций которого, как известно, принадлежит государству. При этом качественные общенациональные газеты охватывают небольшую часть населения страны; например, средняя ежедневная аудитория газеты «Известия» в 2009 г. составляла около 2,7 % населения страны¹³.

В соответствии с российским законодательством СМИ в нашей стране юридически независимы, однако свобода их деятельности имеет ряд ограничений, связанных с развитием авторитаризма и усилением органов исполнительной власти. Непрозрачность принятия важных политических решений, отсутствие мотивировок назначений и смещения с должности многих ответственных чиновников заставляет руководителей СМИ в целях самосохранения внимательно следить за изменением политической конъюнктуры, улавливать разнообразные сигналы, исходящие от

властных элит и учитывать их в своей редакционной политике. Крайне негативное влияние на развитие СМИ постсоветской России оказали случаи преследования журналистов за их профессиональную деятельность, а также политические убийства журналистов¹⁴.

При наличии описанного своеобразия СМИ России не лишены общих тенденций, присущих развитию современного глобального информационного сообщества. В России интенсивно развивается частный сектор медийного рынка, сетевое и спутниковое телевидение, интернет. Осваивая интернет и мобильную связь, многие СМИ становятся мультимедийными и более открытыми для потребителей. Устанавливая связи с индивидуальными потребителями, российские СМИ движутся в направлении все большей индивидуализации и персонификации информационного пространства¹⁵.

Информационное пространство (медиасреда) в России, как и везде в мире, постоянно видоизменяется под влиянием изменений различных параметров развития общественного организма – экономических, политических, культурных, правовых и проч., а также технологических возможностей общества. Массмедиа, в свою очередь, тонко реагируют на все изменения информационного пространства, не упуская из виду и меняющиеся запросы потребителей¹⁶.

В условиях, когда политическая лояльность является одним из важнейших условий относительно стабильного существования СМИ, предоставлять свою площадку представителям политической оппозиции и критикам власти, без апологетики обсуждающим и открыто критикующим политику российского правительства (в том числе и действия высших руководителей страны) – явление исключительное¹⁷. К немногим российским СМИ, которые дают слово как сторонникам, так и критикам существующего в стране политического режима по принципиальным соображениям своей редакционной политики принадлежит и «Эхо Москвы» (далее «Эхо»).

II . О редакционной политике «Эха»

В соответствии с общими тенденциями развития российских СМИ в наши дни система отечественного радиовещания представлена государственными и частными (коммерческими) радиостанциями преимущественно музыкально-развлекательного формата, среди которых «Эхо» как разговорная информационно-новостная и политико-аналитическая радиостанция занимает особое место¹⁸.

Начав работу в эфире как одна из первых в Москве негосударственных радиостанций, «Эхо» с самого начала «привлекло внимание радиослушателей персонифицированными авторскими программами, а также прямым телефонным общением со слушателями»¹⁹ и вскоре стало лучшей

разговорно-новостной радиостанцией столицы, способной сделать слушателя свидетелем происходящих событий, выводя в прямой эфир его непосредственных участников и главных ньюсмейкеров, что ярко проявилось во время августовского путча 1991 г.²⁰

Литературы о радиостанции «Эхо Москвы» немного. Она представлена преимущественно газетными статьями и интервью сотрудников «Эха», страницами интернета и текстами выступлений главного редактора «Эха» (иногда – заместителей) в передаче «Без посредников». Радиостанция упоминается в нескольких научных публикациях о СМИ в России и за рубежом²¹. Пятнадцатилетие радиостанции было отмечено заседанием круглого стола, посвященного истории и современной вещательной практике радиостанции «Эхо Москвы», которое проводилось в рамках научно-практической конференции «Журналистика 2005: Трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве» на кафедре телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ, в котором приняли участие многие ведущие журналисты радиостанции²².

Наиболее детальная публикация об «Эхе» Е.А.Болотовой и М.Н.Максимовой²³ посвящена истории создания и эволюции программной концепции радиостанции в 1990-2007 гг. В статье радиостанция характеризуется как самый популярный и слушаемый радиоканал столицы, который выделяется уникальной способностью «приглашать в эфир ньюсмейкеров разного ранга, включая самых высокопоставленных», поднимать самые острые и болезненные вопросы жизни российского общества и привлекать к дискуссиям представителей самых разных политических течений, включая журналистов, по отношению к которым был несправедливо применен запрет на профессию²⁴. В статье подробно описывается процесс появления и становления радиостанции, характеризуются основные передачи и их тематика, выявляются особенности стилистики радиостанции и источников ее формирования, даются некоторые статистические выкладки, касающиеся числа радиослушателей и рейтинга радиостанции. По мнению авторов статьи, основатели радиостанции стремились создать «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»; «фирменный стиль «Эха Москвы» – оперативная круглосуточная информация, четкое разделение факта и комментария, серьезная аналитика, компетентные гости, интереснейшие дискуссии, интерактивные программы»²⁵; являясь коммерческим предприятием, «Эхо Москвы», подобно корпорации «Би-би-си», «руководствуется в своей деятельности не одними только коммерческими соображениями», а «выполняет функции общественного радио» – «служит общественным интересам, обеспечивает граждан полной информацией, обогащает их знания и досуг, дает слово представителям разных

политических направлений, постоянно совершенствует профессиональный уровень программ»²⁶; «Эхо Москвы» является неотъемлемым элементом современного медийного ландшафта России»²⁷.

По оценкам экспертов транснациональной исследовательской компании TNS московский радиорынок, на котором работают более 50-ти радиостанций (в Париже их около 30), в настоящее время является одним из наиболее конкурентных, профессиональных и сильных рынков Европы²⁸, и по данным за 2007 г. наибольшей популярностью на нем пользовались три радиостанции – «Русское радио», «Европа плюс» и «Радио России»²⁹. Упомянутые радиостанции располагают общенациональным сетевым вещанием и способны собирать аудиторию в пределах 6-9% населения России. Региональное вещание в нескольких десятках городов России удалось создать и радиостанции «Эхо Москвы», которая к тому же более активно использует интернет и способна, по мнению экспертов, собирать до 2-3 млн. радиослушателей во время наиболее популярных вечерних передач³⁰. По данным исследований рынка и СМИ компании «COMCON» с 2002 по 2007 гг. в Москве по объему ежедневной аудитории «Эхо» поднялось с 11 места на 8 (в 2004 г. – 7-е место): 1) «Авторadio»; 2) «Радио России»; 4) «Европа плюс»; 5) «Русское радио»; 6) «Ретро FM»; 7) «Маяк»; 8) «Эхо Москвы»; 9) «Юмор FM»; 10) «Милицейская волна»³¹. В сентябре 2009 г. по данным вышеупомянутой компании TNS по показателю AQH (средний рейтинг 15-минутного интервала) «Эхо» находилось уже на 3-ем месте после «Радио России» и «Радио Шансон»³².

В то время, как «...не менее 40% всех действующих СМИ обеспечивается прямыми и косвенными субсидиями и не подвержено действию рыночных механизмов»³³, «Эхо», в журналистском коллективе которого по штатному расписанию на 25 февраля 2008 года числилось 102 сотрудника³⁴, по словам А. Венедиктова, не только полностью себя окупает, но и приносит своим акционерам прибыль³⁵. Таким образом, редакционная политика³⁶ рассматриваемой радиостанции основывается на коммерческой успешности, дающей коллективу радиостанции финансовую независимость, а коммерческая успешность, в свою очередь, является результатом умелой редакционной политики.

За 20 лет существования радиостанции изменялся состав журналистов, в результате эволюции российской медиасреды и потребностей аудитории менялись сетка и содержание вещания. Например, в последние годы можно заметить тенденцию сокращения доли развлекательного и увеличения доли «тяжелого» аналитического контента, по мере роста авторитета радиостанции более интенсивным становилось и ее сотрудничество с представителями российского эстеблишмента. В то же время, неизменной оставалась концепция радиостанции, сохраняются и основные принципы ее редакционной политики. Ниже мы попытаемся сформулировать наиболее очевидные из них, основываясь на высказываниях журналистов «Эха», его главного редактора и собственных наблюдениях.

1. Принцип независимости деятельности радиостанции. Имеется в виду независимость от политической конъюнктуры, указаний каких-либо партийных или государственных органов. В противовес политизированности и пропагандистской ангажированности советских СМИ «Эхо» создавалось как «свободная радиостанция для свободных людей» (С.Корзун) на волне политики гласности и в русле актуальных потребностей советского общества начала 1990-х гг.

Об этом неоднократно говорил теперешний главный редактор радиостанции А.Венедиктов в передачах «Эха» и газетных интервью в ответ на обвинения в оппозиционно-либеральной или даже скрытой прокремлевской позиции радиостанции³⁷: 1) «... если есть информация, ее надо давать, не взирая на последствия. ... Нам все равно, что думает по этому поводу власть. Это такие же слушатели: Путин, Лавров... Захотят прихлопнуть – прихлопнут. Чего я об этом буду сейчас думать? Если я буду об этом думать сейчас, я буду бояться, если я буду бояться, я буду вводить цензуру, если я буду вводить цензуру, «Эха Москвы» не будет. Мне это неинтересно»³⁸; 2) «У радиостанции нет никакой политической позиции и быть не может. У радиостанции есть профессиональная позиция...³⁹ И нет у нас никакой ни антироссийской, антипутинской или пропутинской газпромовской позиции. ... Радио не будет занимать позицию кроме защиты прав журналистов, вот никакой политической позиции радио занимать не будет: мы осветители. ... Каждый журналист представляет только себя, и я представляю только себя и высказываю свое мнение. Мнение никакого журналиста не является точкой зрения «Эха Москвы»...» («Без посредников» 1 янв. 2009 г.); 3) «... Мы не будем занимать политическую позицию и оказывать политическую поддержку тем или иным людям, избирающимся во власть. Для нас, как я понимаю, наша редакционная политика – это, прежде всего, освещать и разными людьми с разными точками зрения комментировать разные события. Это все» («Культурный шок» 22 авг. 2009)⁴⁰.

Сознательное дистанцирование руководства «Эха» от политической платформы каких-либо российских партий и движений, провозглашение своим кредо политического плюрализма и дает некоторым наблюдателям основания называть «Эхо» единственным в России по-настоящему независимым СМИ⁴¹.

2. Принцип фактологической достоверности и объективности информации. Осуществление этого принципа достигается доскональным изучением существующих источников информации, а также обращением к мнениям свидетелей и непосредственных участников событий. По словам заместителя главного редактора С.Бунтмана, журналисты «Эха», преодолевая пропагандистскую направленность работы советских СМИ, «хотели вернуться к факту, к изложению факта максимально объективно – насколько это возможно – с показом разных точек зрения. Эта многомерная картина потом подвергалась анализу и обсуждению»⁴². А.Венедиктов говорит о необходимости использовать все добросовестные источники информации и отделять факт от

комментария⁴³.

3. Принцип отбора событий и фактов по их социальной и политической значимости для российского общества. В эфире «Эха» главное место занимают не информационные симулякры, не инфотеймент (ср., например, передачи «Хорошие новости» на «Радио-шансон» или «АЗС» («Агентство забавных сообщений») на «Авторадио»), а те события, факты и информационные поводы, которые имеют актуальную значимость для российского общества, определенных социальных групп и их отдельных представителей, а также для их будущего развития. Указанный принцип проявляется в выпусках новостей, в утренних и дневных «Разворотах», в таких передачах, как «Особое мнение», «Полный Альбац», «Дым отечества», «Одним Словом», «Ищем выход», «Выхода нет», «Народ против», «Клинч» и многих других.

4. Принцип максимального охвата всех существующих точек зрения, мнений или позиций по обсуждаемым вопросам – от официальных до маргинальных и экзотических. При обсуждении важных проблем «Эхо» старается представить в эфире представителей разных мнений, а в ряде передач устроить между ними публичную дискуссию и попросить слушателей оценить ее результаты, присоединившись к той или иной точке зрения. При наличии в обществе конфликтной ситуации «Эхо» принципиально старается дать слово обеим сторонам конфликта. Вот что говорит об этом А.Венедиктов: «...принцип «Эха» – давать две стороны. У меня есть выговор от того же Корзуна за 1991 год за то, что, взяв интервью у Руслана Хасбулатова и выйдя в прямой эфир из Белого дома, я, видите ли, не взял такое же интервью у какого-нибудь гэкачеписта, хотя я физически не смог бы этого сделать. В 1993 году, дабы не получить выговор, одной ногой мы выводили в эфир Чубайса со Старой площади, а другой – Руцкого из Белого дома с его криком «Товарищи, поднимайте самолеты, летите бомбить Кремль!»»⁴⁴.

«Эхо» нередко обвиняют в оппозиционности власти, однако приглашение в эфир оппозиционных политиков, журналистов, ставших персонами нон-грата на телевидении, или правозащитников – не форма фронды, а последовательно отстаиваемый радиостанцией принцип, в основе которого, вероятно, лежат либеральные ценности, обычно иллюстрируемые следующим афоризмом Вольтера: "Я не согласен с тем, что вы говорите, но я готов отдать свою жизнь за ваше право высказывать свою точку зрения".

5. Принцип максимального внимания к потребностям, интересам и мнениям радиослушателей, стремление сделать их участниками передач, давая возможность выбирать темы последних, задавать вопросы их участникам посредством СМС, интернета или телефонных звонков. Обычной практикой «Эха» является выявление мнений слушателей путем проведения голосования в эфире по обсуждаемым вопросам. Нередко к слушателям обращаются в качестве экспертов, приглашая в эфир представителей актуальных для той или иной передачи профессий или жизненного опыта.

Итак, кредо «Эха» – стремление к связи содержания передач с актуальными потребностями радиослушателей («Экономика», «Кредит доверия», «Галопом по европам», «Парковка» и проч.). В этой связи нельзя не упомянуть передачу «Без посредников», в которой в прямом эфире А.Венедиктов уже много лет регулярно общается со слушателями, отвечая на их замечания и предложения по совершенствованию работы радиостанции.

6. Принцип дополнительности по отношению к другим средствам массовой информации. Вот как об этом говорит А.Венедиктов: «Когда общее информационное поле склоняется в одну сторону, мы совершенно искусственно склоняемся в другую сторону. Если, условно говоря, началось мочилово во всех СМИ Евгения Адамова – значит, наша задача дать слово адвокату Адамова»⁴⁵. По-видимому, следование указанному принципу и дает основания критикам «Эха» называть радиостанцию оппозиционной по отношению к российской властной элите. Эффект оппозиционности, вероятно, создается по контрасту позиции «Эха» и многих других российских СМИ, особенно федеральных телеканалов, склонных к апологии власти и самоцензуре.

7. Авторский принцип построения многих передач, когда на передний план выходит личность ведущего, его человеческая позиция, взгляды, система ценностей и моральных установок. Этот принцип радиостанции последовательно реализуется в свободном творчестве независимой личности в эфире, помноженном на интерес к человеку как отдельной личности. Именно личность человека стоит в центре внимания во многих передачах («Дифирамб», «48 минут», «Без дураков», «Какого черта», «Попутчики»), через призму личности рассматривается история нашей страны («Наше все»), а также интереснейшие страницы российской и мировой истории («Все так» и «Не так»). В трансформации российского общества от казарменного социализма к «дикому капитализму», каждый из которых, хоть и по-разному, но неизменно уничтожал человеческую личность, «Эху» удалось сохранить хрупкие ростки порожденного перестройкой российского ренессанса. Свобода творчества журналистов «Эха» является источником их креативности, залогом развития радиостанции и разнообразия ее программ.

8. Принцип активной экспансии в различные медиасферы. Совместные передачи с RTVi, активное использование интернета, компьютерных технологий и мобильного телефона, экспериментирование с видео-радио или сетевыми видеоконференциями со слушателями – все это превращает «Эхо» в современное мультимедийное СМИ, максимально использующее возможности проникновения в новые информационные сферы. По-видимому, в этой области «Эхо» является лидером отечественного медиарынка.

Итак, по сути своей редакционной политики, так же как и по мировоззрению большинства журналистов (см., например, программу «Сотрудники»⁴⁶), «Эхо», несомненно, радиостанция либеральная. Ее феномен состоит в том, что умело лавируя и инкорпорируясь в российский

истеблишмент, в сложных для свободной журналистики условиях российской медиасреды радиостанция не только отстояла свою независимость, но и превратила последнюю в своеобразный медийный бренд, снискавший высокий авторитет, как в России, так и за ее пределами.

III. «Эхо» как информационная станция

В соответствии с первоначальной концепцией «Эхо» создавалось как радиостанция новостного и разговорного формата (news/speak), и в настоящее время новости и информация занимают важное место в ее работе. За два десятилетия существования «Эха» на радиостанции выработалась стройная система информационных программ, в которую сводки новостей входят в виде отдельных блоков. В утренние часы новости передаются каждые 15 минут, в ночное время – только в начале часа, в остальных передачах, как правило, новостной блок присутствует и в начале, и в середине часа. Наиболее активная информационная работа «Эха» начинается в 6 часов утра по московскому времени на «Утреннем информационном канале», затем следуют еще две информационные программы (в 7 и 8 час.), после выпуска новостей в 9 час. начинается интерактивная двухчасовая программа «Утренний разворот», а в 14 часов после большой (30-минутной) информационной программы начинается дневной интерактивный эфир. Центральным событием новостного вещания в будние дни является 45-минутная информационная программа «Большое эхо», начинающаяся в 18 час.

На сайте «Эха» новости представлены в 4 категориях: «Новости дня», содержащие главные новости, «Новости Топ 7», где выделяются 7 новостных сообщений в соответствии с рейтингом у посетителей сайта, «Лента новостей» где все новости расположены по времени поступления на новостную ленту и, наконец, «Новости «Эха», представляющие собой версию новостной ленты, отредактированную соответствующим отделом радиостанции.

Чтобы выявить особенности информационной работы рассматриваемой радиостанции, проанализируем подачу информации о терактах в Москве 29 марта 2010 г. и аварии на шахте «Распадская» в Кемеровской области в ночь с 8-го на 9-е мая 2010 г. на «Эхе» и ряде других популярных московских и общенациональных радиостанций, воспользовавшись ресурсами сайта MOSKVA FM⁴⁷, позволяющего совершать путешествия во времени в радиоэфире Москвы.

Взрыв в московском метро на станции «Лубянка» 29 марта 2010 г. произошел в 7:56, а первая информация о нем на «Эхе» прозвучала в утреннем выпуске новостей в 8:15 со ссылкой на информационное агентство РИА «Новости». Затем информация о теракте и его жертвах уточнялась во время экстренных информационных выпусков в 8:19, в 8:24 и в 8:29. В выпуске новостей середины часа прозвучало официальное разъяснение о взрыве от начальника Управления информации

МЧС России И. Андриановой. Эта информация была уточнена в 8:35 в прямом включении по телефону пресс-секретаря Московского метро С.Царевой. В 8:42 прозвучала информация о втором взрыве, который произошел в 8:39 на станции «Парк культуры». Обзор газет и ряд других программ утреннего информационного канала были отменены, и значительная часть передач «Эха» велась в режиме прямого эфира с включением официальных лиц, экспертов, а также свидетелей инцидента. В 9:06 было прямое включение по телефону корреспондента «Эха» Т.Алевского, находившегося во время теракта на станции «Парк культуры», а в 9:09 началась передача «Утренний разворот» с Л.Гулько и А.Орехом в качестве ведущих, которая была полностью посвящена произошедшей трагедии. В ходе передачи неоднократно давалась информация о работе транспорта, телефонной связи в центре города, а также о горячих линиях для родственников жертв и пострадавших.

На другой популярной московской радиостанции – «Сити FM» – информация о взрыве на Лубянке была впервые озвучена в 8:30, а сообщение о втором взрыве была передана в 8:49, после чего оперативная информация о ситуации в городе передавалась каждые 15 минут; в промежутках между новостями в эфире регулярно озвучивались многочисленные сообщения очевидцев и радиослушателей о ситуации в городе; в 9:36 прозвучал первый репортаж с места трагедии корреспондента радиостанции А.Клиева.

На «Авторadio» в 8:30, как обычно, шли новости АЗС («Агентство забавных сообщений»); сообщение о взрыве и транспортной пробке на Лубянке впервые было сделано в 8:45. В 9:00 была дана краткая информация о двух терактах в московском метро и подробности о ситуации на Лубянке в телефонном сообщении с места события от корреспондента радиостанции К.Алексеева, в 9:30 – двухминутная информация о теракте с указанием дорожных пробок и номеров горячей линии для получения информации о пострадавших и погибших. В 10:00 прозвучало обращение к водителям с просьбой отказаться от поездок в центр города и сообщение о дополнительных маршрутах автобусного сообщения; 10:30 – информация о больницах, в которые были доставлены пострадавшие и детальная информация о транспортных пробках в городе. Далее вперемежку с обычной для «Авторadio» музыкально-развлекательной программой краткая информация о терактах давалась каждые 30 мин., а информация о дорожной обстановке в Москве каждые 15 мин.

Радиостанция «Маяк» также дала первую информацию о взрывах в московском метро в 8:30, а «Бизнес FM» передавала ее в качестве главной новости каждые 15 мин., начиная с 8:43-х. На радиостанциях «Русское радио», «Радио-шансон», «Европа-плюс», «Милицейская волна» первые одно-/двухминутные сообщения о терактах впервые прозвучали в эфире в 9:00³⁸ в выпусках новостей, за пределами которых шли обычные для формата этих радиостанций музыкальные программы.

Как видим, из рассмотренных радиостанций «Эхо» проявило наибольшую оперативность и начало давать информацию о терактах уже через 19 минут после первого взрыва, опередив все упомянутые радиостанции. В прямом эфире «Эха» звучали голоса председателя комитета по безопасности Госдумы РФ В.Васильева, директора ФСБ А.Бортникова, бывшего начальника оперативно-боевого отделения группы «Вымпел» А.Ермолина, происшествие обсуждалось с радиослушателями, свидетелями инцидента и экспертами. Обсуждение проблемы терроризма было продолжено в 17, 19 и 20 час. в передачах «Особое мнение» и «Своими глазами».

Основные отличия информационной работы «Эха» от работы других упомянутых нами радиостанций можно резюмировать следующим образом: 1) наибольшая оперативность подачи информации; 2) максимальное присутствие в эфире очевидцев трагедии и независимых экспертов⁴⁹; 3) обращение к истории вопроса и аналитике; 4) международные параллели. Подача информации на «Эхе» в первые часы после трагедии в виде непрерывного репортажа в прямом эфире была несколько хаотичной (регулярное вещание было представлено почти исключительно рекламой); прочие упомянутые радиостанции работали, соблюдая программную сетку и формат своего вещания.

Теперь, воспользовавшись ресурсами вышеназванного сайта MOSKVA FM, сопоставим информационное обеспечение аварии на шахте «Распадская» в Междуреченске Кемеровской области радиостанциями «Эхо Москвы» и «Радио России». Эта авария, по официальным данным, унесла жизни 68 горняков (еще 23 шахтера до сих пор считаются без вести пропавшими)⁵⁰. Первый взрыв прозвучал 8 мая в 20:55 по московскому времени, второй – примерно через 3 часа.

«Эхо» впервые сообщило об указанной трагедии со ссылкой РИА «Новости» в 23:00 8 мая, на час опередив «Радио России», и передавало поступающую информацию об указанном событии (за редким исключением) каждые 30 минут в виде главной новости (в 10-12 час. этой новости предшествовала информация о Параде Победы). «Радио России» дало подробные отчеты об аварии в информационной программе «Вести» в 0, 6, 7, 8 час.⁵¹ и, исключив из списка новостей в 9-часовом выпуске программы «Вести», предварявшем праздничную программу (10:00-12:00), вновь упомянуло в качестве последней новости в 13-часовом. В последующих выпусках программы «Вести», которая на «Радио России» присутствует в начале каждого часа, информация о трагедии на шахте «Распадская», как правило, следовала за отчетом о праздничных мероприятиях, посвященных 65-летию Победы СССР во 2-ой Мировой войне, и только 10 мая сообщения о шахте «Распадская» вновь стали фигурировать в качестве главной новости часа. Основные различия в редакционной политике двух радиостанций в освещении аварии на шахте «Распадская» вкратце можно свести к следующим тезисам.

1. В то время, как на «Радио России» приоритетом пользовались интересы государства и пиара его первых лиц, на «Эхе» существенно больше места отводилось голосу и интере-

сам «маленького» человека. Можно сказать, что «Эхо» было демократичнее «Радио России», информационная деятельность которого была насыщена этатизмом и официозом.

2. В то время, как на «Радио России» в качестве экспертов и ньюсмейкеров абсолютно преобладали официальные лица (президент, премьер-министр, вице-премьер, министр по чрезвычайным ситуациям, губернатор и проч.) или их представители, на «Эхе» кроме указанных лиц в большей степени использовались не облеченные полномочиями специалисты и независимые эксперты. Можно сказать, что в освещении данной аварии у «Эха» было больше стремления к объективности.
3. Сообщения «Радио России», как правило, были более пространными и систематичными, в них было больше повторений, детализации, цитирования высказываний представителей государственной власти; сообщения «Эха», как правило, были более оперативными, но нередко фрагментарными в силу большего внимания к динамике событий.
4. В условиях использования ресурсов ВГТРК (например, результатов работы тележурналистов) репортажи «Радио России» с места событий, как правило, были качественнее, в то время, как «Эхо» в силу своего формата превосходило «Радио России» по глубине анализа и широте общественной дискуссии.

Наш экскурс в историю двух трагедий показал, что сильными сторонами информационной работы «Эха» являются оперативность, аналитика, привлечение независимых экспертов и очевидцев событий, а также широкая общественная дискуссия. Вслед за информационными программами аналитический обзор и обсуждение важнейших событий дня продолжают в ряде ежедневных и еженедельных дискуссионных передач.

IV. «Эхо» как дискуссионная площадка

На «Эхе» немного передач, проходящих в режиме монолога. Именно живая дискуссия в прямом эфире между компетентными медиа-персонами ежедневно входит в «стандартное меню» радиостанции. Гостями «Эха» становятся отечественные и зарубежные политики и ученые, общественные деятели и журналисты, министры и парламентарии, представители думских комитетов и парламентских фракций, всевозможные ньюсмейкеры и аналитики. Большая часть передач («Особое мнение», «Своими глазами», «Кредит доверия», «Текторический сдвиг», «В круге света» и проч.) проходит в диалоге между ведущим (ведущими) и гостем (гостями) программы, другие передачи оживляются диалогом ведущих, звонками радиослушателей в прямой эфир, звонками ведущих экспертам и ньюсмейкерам, цитированием СМС слушателей или их сообщений, направленных на сайт «Эха» по электронной почте. В стандартном меню «Эха» имеется и ряд передач, изначально предназначенных для спора в эфире лиц, имеющих

по какому-то актуальному вопросу несовпадающие или даже полярные позиции. Это «Клинч», «Родительское собрание», «Народ против», «Полный Альбац», «Выхода нет» и другие. Впрочем, даже когда никакого спора в передаче нет, высказанное мнение нередко становится частью более широкой общественной дискуссии, поскольку в передачах «Эха» часто поднимаются наиболее трудные для российского общества вопросы, на которые нет однозначного ответа. Кроме того, «Эхо» имеет обыкновение приглашать гостей, имеющих оригинальные взгляды и мнения и способных спровоцировать общественную дискуссию.

Принципиально избегая информационных войн, «Эхо» не оставляет без внимания недостаточно продуманные действия власти, а также действия государственных СМИ (ср. программу «Имя России» на центральном телевизионном канале страны, ответом на которую стало собственное голосование на «Эхе»). Так, например, решение о создании «Комиссии при Президенте РФ по противодействию фальсификации истории в ущерб интересам России» привело к созданию новой передачи «Осторожно, история (хроника фальсификаций и исторических споров⁵²)». В ее создании кроме «Эха» приняли участие РИА «Новости», RTVi, газета «Известия» и компания «Super Job»⁵³. В соответствии с составленным списком спорных для российского общества исторических тем новый проект стартовал 3 янв. 2010 г. (день рождения А.Стаханова) передачей об истории стахановского движения.

В условиях отсутствия серьезной парламентской дискуссии по многим важным вопросам политической жизни страны «Эхо» наряду с Общественной палатой представляет собой важную дискуссионную площадку, где публично обсуждаются реальные проблемы нашей страны и где можно услышать резкую критику в адрес российской власти, в том числе и ее высших руководителей. Для многих оппозиционных политиков «Эхо» стало чуть ли не единственной общественной трибуной. Здесь нередко звучат голоса представителей движения «Солидарность» и других критиков сложившегося в РФ за последние 10 лет политического режима. Не допускаемые на центральные телеканалы «опальные» политики, ученые и журналисты (В.Рыжков, Э.Лимонов, Г.Каспаров, В.Новодворская, С.Доренко, М.Касьянов, Б.Немцов, В.Милов, А.Илларионов и др.) стали как важным интеллектуальным ресурсом «Эха», так и «запретным плодом», привлекающим радиослушателей.

В дискуссиях радиостанции регулярно участвуют и известные медийные персоны, придерживающиеся прокремлевской позиции. В соответствии с возникающими информационными поводами в эфир приглашаются и представители власти, которые в прямом эфире отвечают на вопросы журналистов и слушателей «Эха». В соответствии с информационными поводами радиостанция дает слово политикам предыдущей эпохи – от М.Горбачева до А.Чубайса, от Г.Бурбулиса до И.Хакамада.

Таким образом, на «Эхе» звучат голоса представителей самых различных политических сил. Это место активного диалога разделенных несовершенством политического устройства нашей страны ее интеллектуальной и властной элит. При этом либерализм редакционной политики радиостанции состоит в том, что слово дается и тем, кто «не имеет возможности в силу политической конъюнктуры выступать на других площадках»⁵⁴. Как видим, «Эхо» является важным местом национальной общественно-политической дискуссии, необходимой как российскому обществу, так и его властной элите.

V. «Эхо» как просветительский проект

Значительная часть передач «Эха» («Именем Сталина» и «Цена победы», «Все так» и «Не так», «Наше все» и «Мифы о России», «Непрошедшее время») имеет культурно-исторический и научно-популярный характер и служит делу народного просвещения и воспитания. Культурно-познавательная и развивающая направленность свойственна и немногочисленным передачам, которые можно отнести к развлекательным («Кейс», «Бабник», «Детская площадка», «Кухонные тайны»⁵⁵, «Футбольный клуб»). Такие передачи способствуют формированию у слушателей широких интеллектуальных запросов, интереса к родной истории и культуре, а вместе с ними – к истории и культуре других стран и народов, к литературе и авторской песне, к истории музыки, театру или спорту. В настоящее время на «Эхе» существует более сотни действующих и, вероятно, несколько десятков по разным причинам приостановленных проектов. Здесь найдется интересная передача для любителя путешествий, кино, театра или телевидения, для книголюба, меломана или футбольного фаната. Однако основу вещания «Эха», безусловно, составляет актуальная общественно-политическая проблематика. О современном обществе слушатели могут многое узнать в передачах «Культурный шок» и «Лукавая цифра», о семейно-психологических и сексуальных отношениях – из передачи М.Лабковского «Взрослым о взрослых». На «Эхе» довольно много передач о музыке, причем все они имеют не столько развлекательный, сколько культурно-познавательный характер. Это «Авторская песня» Н.Болтянской и «Саундтрек» С.Бунтмана, «Весь этот блюз» А.Евдокимова и «Оперный клуб» А.Парина, «120 минут классики рока» В.Ильинского и «FM Достоевский»⁵⁶ А.Троицкого.

Решая свои задачи по развитию интерактивного эфира или установления контакта со слушателями, «Эхо» все более активно воздействует на свою аудиторию. От пассивного времяпрепровождения возле приемника «Эхо» ведет своего слушателя к участию в передачах в форме вопросов и реплик в виде СМС, от диалога с участниками передачи в прямом эфире – к вступлению в Клуб привилегированных слушателей, призванных участвовать в передачах в качестве экспертов и интервьюеров гостей «Эха» в программах типа «Народ против», от

участия в дискуссиях на форумах – к сотрудничеству с «Эхом» в «живых журналах» (блогах) и видеоконференциях с популярными журналистами, начало которым было положено летом 2010 г.

В работе «Эха» своеобразно сочетается исконно русское интеллигентское «хождение в народ» и новейшие информационные технологии, день ото дня расширяющие действенность этого «народничества». «Эхо» ищет новые формы вовлечения слушателей в политическую жизнь своей страны, которая начинается с призыва к слушателю осознать реальность вокруг себя, иметь о ней собственное мнение, уметь оценивать происходящие события, действия политиков и общественных деятелей России и других стран. При этом неизменным «коньком» радиостанции является диалог со слушателями в прямом эфире, постоянное обращение к мнению слушателей.

Воздействие на взгляды и систему ценностей аудитории осуществляется разными способами. Например, в передаче А.Венедиктова и Н.Асадовой о политических лидерах разных стран «48 минут» радиослушателям каждый раз предлагается ответить на вопрос: «Хотели бы вы, чтобы такой человек был руководителем вашей страны?». Меседж этих передач – «Участвуя в политической жизни вы можете улучшить ситуацию в своей стране». Даже выборы главного редактора «Эха»⁵⁷, в 2008 г. проходили в один день с выборами президента Российской Федерации (2 марта) с доскональным соблюдением избирательной процедуры, о чем подробно сообщалось слушателям. Позиционируя себя как радиостанцию, принципиально придерживающуюся российских законов, «Эхо» последовательно отстаивает свои позиции во всех инстанциях, включая судебные (ср. судебный иск Е.Я.Джугашвили против «Эха», позволивший в суде зафиксировать факты преступлений сталинского режима и лично И.В.Сталина) и призывает слушателей поступать аналогичным образом и в суде отстаивать свои права⁵⁸.

Таким образом, «Эхо», несомненно, способствует развитию своего слушателя, его интереса к общественной жизни и его политической активности. Вовлекая широкие круги российских граждан в открытую дискуссию по актуальным для общества вопросам, показывая им легальные пути противодействия произволу бюрократии и реальные возможности отстаивания своих интересов, радиостанция «Эхо Москвы» содействует активизации их участия в политической жизни страны и способствует развитию их гражданского сознания.

VI. О сайте «Эхо Москвы»

Органическую часть «Эха» составляет одноименный интернет-сайт⁵⁹. В рейтинге российских Web-ресурсов компании «COMCON» за июль 2009 г. по ежемесячному охвату в России «Эхо» вошло в Топ 50, а в Москве находилось на 31-м месте среди 50 наиболее популярных российских ресурсов интернета⁶⁰.

Главная страница сайта знакомит посетителя с актуальными новостями, рекламирует

главные события «Эха» - прошедшие передачи, актуальные интервью и новые сообщения, появившиеся в блогах. Здесь же есть ссылки для перехода на страницу прямого вещания и прослушивания выпусков новостей. Есть и специальное окно регистрации для участников Клуба привилегированных слушателей, а также ссылки на популярные интернет-издания и сайты типа «Известия», «Огонек», «Питер», «Итоги.гу» «Грани.гу», «Каспаров.гу» и проч. Слушателей «Эха» приглашают задавать вопросы гостям эфира радиостанции и в предстоящие передачи, тематика которых нередко определяется также при непосредственном участии радиослушателей и посетителей сайта «Эха». Специальная кнопка «ААВ» позволяет посетителям сайта обратиться с посланием непосредственно к главному редактору «Эха» Алексею Алексеевичу Венедиктову и получить его ответ на соответствующий запрос или предложение. Имеется и окно поиска текстов передач по ключевым словам.

Страничка истории «Эха» сообщает нам, что эта радиостанция появилась в 1990 г., и ее учредителями были Московский городской совет народных депутатов, Ассоциация "Радио", журнал "Огонек" и факультет журналистики МГУ, первым директором – Михаил Розенблант, а первым главным редактором – Сергей Корзун. Первоначально радиостанция занимала одну комнату в доме №7 по Никольской улице (быв. улица 25-го Октября), первый выход в эфир состоялся 22 августа 1990 г. (с 18:57 до 21:00), а наиболее важными слоганами «Эха» были сформулированные С.Корзуном «Радио М»⁶¹ – «прорыв в свободный эфир» и «Свободное радио для свободных людей».

Указанный сайт «Эха», популярность которого все более возрастает (3 млн. 914 тыс. уникальных пользователей в месяц по итогам 2009 г.; осень 2008 г. – 13 млн. кликов в месяц, осень 2009 г. – 24 млн.; дек. 2009 г. – 27 млн.⁶² и более миллиона кликов ежедневно, начиная с февраля 2010 г.⁶³), превращает радиостанцию в мультимедийное СМИ, поскольку он дает возможность аудитории «Эха» не только читать и слушать программы радиостанции в интернете практически в любой точке мира, знакомиться с сеткой вещания, быстро находить наиболее популярные передачи и актуальные интервью, пользоваться архивом текстовых расшифровок передач и аудиофайлов за многие годы работы «Эха», но и обеспечивает огромные возможности по контактам со слушателями, делает общение интерактивным, а также предоставляет слушателям площадку для виртуального общения при помощи блогов и форумов.

На сайте проводятся конкурсы карикатур, здесь можно получить информацию о результатах социологических опросов радиостанции, в которых обычно участвуют от нескольких сотен до нескольких тысяч человек. Большая часть опросов посвящена общественно-политическим или экономическим проблемам и связана с тематикой соответствующих передач⁶⁴. Огромное значение для аудитории «Эха» имеют подкастинг прошедших в эфире передач, которые в любое

время можно прослушать или скачать, а также архивы аудио- и видео-файлов, текстовые версии популярных передач за несколько лет.

Среди российских радиостанций «Эхо» в настоящее время, вероятно, является одной из самых продвинутых в области использования современных информационных технологий. Отчасти это связано с трудностью для «Эха» расширять свое присутствие на территории России путем участия в конкурсах на право использования частот регионального вещания из-за противодействия местных элит, для большинства которых «Эхо Москвы» – радиостанция одиозная⁶⁵.

Наличие мощного сайта, использование прямого вещания в интернете, начавшиеся в августе 2009 г. эксперименты с видео-радио, связь с телевидением и всемерное развитие интерактивных форм работы со своей аудиторией позволяют увидеть в «Эхе» некоторые параметры русскоязычного мультимедийного средства массовой коммуникации будущего, аудитория которого не будет ограничиваться рамками национального государства. В новой версии сайта, в настоящее время находящейся в процессе разработки, предполагается с его помощью создать всемирную русскоязычную социальную сеть («Точка» 29 авг. 2010)⁶⁶.

Таким образом, «Эхо Москвы» представляет собой современное и стремительно развивающееся мультимедийное средство массовой информации, использующее новейшие информационные технологии и уверенно интегрирующееся в мировое информационное пространство. Все большее место в его работе занимает одноименный интернет-сайт, развитию которого руководство радиостанции уделяет большое внимание.

VII. В заключение

Как мы показали в нашей статье, радиостанция «Эхо Москвы» – это феноменально успешный бизнеспроект постсоветской эпохи, осуществляемый в последнее десятилетие в зоне риска под пристальным вниманием со стороны усилившейся за счет сырьевой ренты государственной бюрократии. В этом смысле феномен «Эха» сопоставим с такими явлениями советской культуры, как «Новый мир» А.Твардовского или «Литературная газета» А.Чаковского. Подобно тому, как в условиях тоталитарного режима в СССР существовали «островки» относительной интеллектуальной свободы, «Эхо» стало одним из немногих СМИ РФ, в условиях агрессивной российской медиасреды сумевшем сохранить традиции свободной журналистики, отстаивать независимость своей редакционной политики, завоевать право представлять в своем эфире все многообразие мнений общественности страны. Давая слово как представителям власти, так и ее критикам, «Эхо» выполняет важные общественные функции: становится трибуной публичной общественно-политической дискуссии, средством обратной связи между правящей элитой и народными массами, инструментом консолидации общественного мнения и созидания

гражданского общества.

Специфической особенностью «Эха» является то, что в эпоху форматного и нишевого радио, ориентированного на потребности какой-то определенной социальной группы, рассматриваемая в этой статье радиостанция, создававшаяся как антипод советских СМИ, сохранила и некоторые черты существовавшего в СССР универсального радио для всех. В то же время у «Эха», несомненно, есть и своя аудитория, основными признаками которой, по-видимому, являются интерес к политической жизни своей страны, активная общественно-политическая позиция и критический взгляд на социально-политические реалии современной России. Несмотря на черты универсальности, «Эхо», в первую очередь, конечно же, радиостанция политическая, на своем поле отстаивающая те же принципы защиты Конституции и российского законодательства, что и, например, марши несогласных или «Стратегия 31». Подобно правозащитникам «Эхо» неизменно стоит на позициях независимости СМИ, борется за соблюдение прав журналистов.

Последовательно придерживаясь принципов свободной журналистики, «Эхо» служит своим слушателям и всему российскому обществу. Наряду с Общественной палатой РФ вышеназванная радиостанция является своеобразным компенсатором несовершенств политического устройства нашей страны. Ведя широкую информационную и просветительскую деятельность, оказывая влияние на формирование общественного мнения по многим актуальным для нашей страны проблемам, «Эхо», в конечном счете, работает на создание в России полноценного гражданского общества.

-
- 1 Пресса о нас // Литературная газета. 17 сент. 2010.
 - 2 Ненашев, М. Независимость СМИ: иллюзии и реальность // Журналист. 2008, №4. С. 20-22.
 - 3 Этот закон развивал и дополнял положения закона СССР «О печати и других средствах массовой информации», принятого в июне 1990 г.
 - 4 Засурский, Я.Н. Медиадискурс: российские и зарубежные концепции // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2006 №2. С. 3.
 - 5 Каримов, Д. Государственная поддержка средств массовой информации: правовой аспект // Электронный ресурс <http://www.yurhelp.ru/news457.html>
 - 6 Варганова, Е.Л., Смирнов, С.С. Российские СМИ после социализма: политика vs. потребление // Вестник Московского ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2009. №1. С. 8.
 - 7 Об этом подробнее см. Варганова, Е.Л. Смирнов, С.С. Указ. соч. С. 6-19.
 - 8 См., например, Постановление Воронежской областной Думы о концепции закона Воронежской области «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания в Воронежской области».

- <http://www.internet-law.ru/law/smi/voronezh/10.htm>
- 9 <http://www.newsru.com/russia/02may2007/free.html>
- 10 Ср. вышедшие в 2010 г. на НТВ фильмы «Крестный батька» и «Дело в кепке».
- 11 Ср. дело Саввы Терентьева, осужденного на год условно за абзац текста в ЖК: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D0%BB%D0%BE_%D0%A2%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8C%D0%B5%D0%B2%D0%B0
- 12 Засурский, Я.Н. Указ. соч. С. 3.
- 13 См. электронный ресурс: http://www.izvestia.ru/reklama/rekl_izv.raspr.html
- 14 См., например, 阿曾正浩 / 今日のロシア・メディア // ユーラシア研究. 2008. № 39. Pp. 74 – 76, メディア弾圧は旧ソ連並み // Newsweek. 2007. 7. 4. Pp. 40-41.
- 15 Засурский, Я.Н. Указ. соч. С. 6-7.
- 16 Ср. Лачко, А. Экспертный взгляд TNS на современный российский медиарынок // Журналист. 2008, № 1. С. 26-27.
- 17 Такая позиция вызывает противодействие, особенно на региональном уровне, где простое экономическое выживание, как правило, финансово слабых и зависимых от региональной власти СМИ сложнее, чем в столице.
- 18 Сухарева, В. По ту сторону эфира // Отечественные записки. 2003, № 4. С. 369.
- 19 Болотова, Л.Д. Радиовещание в период перестройки // Вестник Московского ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2007. № 3. С. 20.
- 20 Там же. С. 21.
- 21 Например, в Японии: 宇多文雄著 / グラスノスチ : ソ連邦を倒したメディアの力 / 東京 : 新潮社, 1992.4. - (新潮選書). - 1992. Pp. 114, 160-161.
- 22 См. об этом: Радио «Эхо Москвы» как явление новой журналистики // Журналистика и культура русской речи. 2006, № 2. С. 30-42.
- 23 Болотова, Е.А., Максимова, М.Н. История создания и эволюция программной концепции радиостанции «Эхо Москвы» // Вестник Московского ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2007. № 3. С. 23-38.
- 24 Там же. С. 23.
- 25 Там же. С. 25.
- 26 Там же. С. 36.
- 27 Там же. С. 38.
- 28 Лачко, А. Указ. соч. С. 27.
- 29 Лачко, А. Указ. соч. С. 28.
- 30 Государственные и частные СМИ. Справка // Отечественные записки. 2003, № 4. С. 134.

- 31 <http://www.comcon-2.ru/default.asp?artID=1782>
- 32 http://www.brand-radio.ru/serv__idP_52_idP1_108.html
- 33 Государственные и частные СМИ. Справка // Отечественные записки. 2003, № 4. С. 134.
- 34 <http://www.echo.msk.ru/programs/nomed/497187-echo/>
- 35 «Свобода слова в 90-е». <http://www.echo.msk.ru/programs/niceninety/512707-echo/>
- 36 Редакционная политика здесь понимается как принципы оценки, отбора, интерпретации и подачи информации в эфире, принципы организации вещания, составления программ и их контента, а также подходы к взаимодействию с потребителем, собственниками радиостанции и другими акторами медиасреды.
- 37 Ср. мнение слушателя с ником «Garag» в одном из блогов «Эха» в дискуссии по поводу статьи В.Панюшкина «Закрытая тема» :»Режиму ненавистных злобных карликов» для сравнения пара из ушей психически наиболее нестабильной и по странному стечению обстоятельств именуемой «либеральной» части электората потребовался некий предохранительный клапан, который и был найден «кровавым гбьем» при помощи «имперского» Газпрома в лице известного информационного ресурса господина Венедиктова (<http://www.echo.msk.ru/blog/statya/654345-echo/>).
- 38 Венедиктов, А. Мы очень веселая радиостанция. «Эху Москвы» 15 лет // Независимая газета. 17-е сент. 2005.
- 39 Украинскую ситуацию, где журналисты «разбежались по политическим квартирам», А.Венедиктов характеризует как «детскую болезнь непрофессионализма в журналистике» («Своими глазами» 6 апр. 2009 г.).
- 40 <http://www.echo.msk.ru/programs/kulshok/613567-echo/>
- 41 http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D1%85%D0%BE_%D0%9C%D0%BE%D1%81%D0%BA%D0%B2%D1%8B
- 42 Радио «Эхо Москвы как явление новой журналистики (круглый стол) // Журналистика и культура русской речи. 2006, № 2. С. 32.
- 43 Это было сказано в интервью «Российской газете» 16 янв. 2002 г.:
- «Политика радиостанции заключается в том, что мы используем все добросовестные источники и предоставляем вам всю информацию. Вне зависимости от того, нравится она нам или нет. Политика также заключается в том, что информация должна быть отделена от комментария».
- 44 Венедиктов, А. Мы очень веселая радиостанция. «Эху Москвы» 15 лет // Независимая газета. 17-е сент. 2005.
- 45 Там же.

- 46 <http://www.echo.msk.ru/programs/sotr/archive/4.html>
- 47 http://www.moskva.fm/stations/FM_91.2/20100329
- 48 По свидетельству обозревателя издательского дома «Коммерсант» А.Бородиной, утром 29 марта на центральных государственных телеканалах краткие выпуски о теракте впервые прошли в девятичасовом выпуске новостей, после чего в записи продолжали идти развлекательные программы; детальная информация о теракте стала даваться только через 2-3 часа после инцидента. См. электронный ресурс: <http://www.echo.msk.ru/programs/programm/archive/1.html>
- 49 По этому параметру «Эху» не уступала радиостанция «Сити FM».
- 50 <http://lenta.ru/story/raspadskaya/>
- 51 Данные о содержании передач «Радио России» с 1:00 до 6:00 9 мая 2010 г. в указанной базе данных отсутствуют.
- 52 Новая газета во Владивостоке. № 13. 24 дек. 2009. С. 29.
- 53 Аргументы и факты. №1. 2010. С. 13.
- 54 Мы все время грузим // ЛГ. 28 окт.-3 сент. 2005. № 39-40.
- 55 Во время написания статьи передача прекратила свое существование.
- 56 По уставу радиостанции «Эхо Москвы» главный редактор избирается на 3 года журналистским коллективом и утверждается советом директоров (4 представителя «Газпрома», 3 представителя журналистского коллектива и 2 независимых директора); см. электронный ресурс: <http://www.echo.msk.ru/programs/nomed/497187-echo/>
- 57 Ср., например, высказывание А.Венедиктова в связи с январским (2010 г.) инцидентом в поселке «Речник»: «...Вот это точно в суд. Нельзя оставлять людей, которые ломали, выкидывали, выбрасывали на мороз. Если кто-то заболел, справочку – и в суд. Если дети испугались, справочку – и в суд. И идти дальше, а мы это будем освещать, и то, и другое» (29 янв. 2010. «Особое мнение»)
<http://www.echo.msk.ru/programs/personalno/652491-echo/>
- 58 <http://www.echo.msk.ru/>
- 59 <http://www.comcon-2.ru/default.asp?trID=53>
- 60 «Радио М» - альтернативное название радиостанции «Эхо Москвы» в начале ее существования.
- 61 «Без посредников» 1 янв. 2010.
- 62 «Без посредников» 14 февр. 2010. <http://www.echo.msk.ru/programs/nomed/655942-echo/>
- 63 Вот «Топ 7» голосований за 6 сентября 2009 года (имеется также «Топ 7» новостей, видео, интервью, сотрудников, гостей, года, блогов, дискуссий): Должна ли Россия признать свою

- часть вины за начало Второй Мировой? (31.08.2009); Хотели бы вы, чтобы Абхазия и Южная Осетия стали частью РФ? (30.08.2009); Возвращение цитаты из сталинского гимна в Московское метро - это... а) возвращение исторической справедливости, б) реабилитация сталинизма, в) затрудняюсь ответить (30.08.2009); Правильно ли поступил Владимир Путин, написав статью для польской газеты перед своей поездкой в Польшу? (31.08.2009); Как вы говорите – «утренний кофе» или «утреннее кофе»? (02.09.2009); Латвия – враждебное России государство? (04.09.2009); Перейти России на инновационный путь развития – задача: а) трудновыполнимая, б) невыполнимая, в) затрудняюсь ответить (04.09.2009) См.: <http://www.echo.msk.ru/top/polls.html>
- 64 Об этом А.Венедиктов говорил в передаче «Без посредников» 25 февр. 2009. <http://www.echo.msk.ru/programs/nomed/497187-echo/>
- 65 <http://www.echo.msk.ru/programs/tochka/>