

Эволюция программной концепции радиостанции Коммерсантъ FM

Научный руководитель – Болотова Екатерина Александровна

Соколов Владимир Сергеевич

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра зарубежной журналистики и литературы, Москва, Россия

E-mail: vladimir98.01@mail.ru

27 лет истории Новой России оказались весьма продуктивными и богатыми для российского рынка информационных радиостанций. Пионером на этом поле, безусловно, стало «Эхо Москвы», которое появилось ещё до распада СССР (1990) и впервые обозначило миссию информационных радиостанций в России. Она была сформулирована во время событий августа 1991 года следующим образом: «Все значащие точки зрения на события должны быть представлены» [3]. Появление такой радиостанции было особенно актуально в информационном вакууме, когда по федеральным каналам вместо актуальных новостей показывали «Лебединое озеро».

Но вакуум этот постепенно заполнялся. И сегодня в московском FM-диапазоне работают уже восемь информационных радиостанций разных форматов. Все они конкурируют между собой за главный продукт любого СМИ - аудиторию. Среди них можно выделить двух игроков, работающих в формате all-news: Business FM и Коммерсантъ FM. Первая была основана в 2007 году, а вторая в 2010-м. Сегодня они являются друг для друга прямыми конкурентами.

В статье «Аудитория московских радиостанций» социолог Валерий Усков подчёркивает, что «нет такой возрастной группы, на которую нельзя было бы выйти с помощью радио» [4]. Однако у Коммерсантъ FM пусть и немногочисленная, зато вполне определённая аудитория. В стайлбуке, предназначенном для служебного пользования сотрудниками редакции, сказано, что среднестатистический слушатель радиостанции Коммерсантъ FM - это мужчина 35-55 лет с высшим образованием. В то же время это обеспеченный человек, который не думает о том, на что ему завтра купить батон хлеба, «он требователен к тому, что потребляет, в том числе, к информационному медиа. Он не приемлет назидательности, не терпит легковесности, пустословия и «детскости» [5].

Именно из этой посылки исходит главный редактор радиостанции при выборе программной концепции. Опытным путём за несколько лет редакции удалось понять, что слушатель нуждается в сплошном новостном потоке (так называемом news flow), а не в обилии длинных передач.

С 2016-го года главным редактором радиостанции Коммерсантъ FM является Алексей Воробьёв. Ранее он работал на радиостанции «Эхо Москвы», стоял у истоков Коммерсантъ FM, участвовал в запуске проектов «ТАСС Аудио» и украинского «Радио Вести». В лекции для студентов факультета журналистики МГУ он выделил три этапа в девятилетней истории радиостанции [2]. Первый - с 2010 до 2013-го года, второй - с 2013 до 2016 года и последний - с 2016 года по настоящее время. Основанием для такого деления Воробьёв назвал как раз программную концепцию радиостанции. Весной 2010 года Коммерсантъ FM был основан как радиостанция формата all-news radio. В 2012-2013 годах в ИД Коммерсантъ были существенные кадровые перестановки. От должностей были освобождены генеральный директор издательского дома Демьян Кудрявцев, первый главный редактор радиостанции Дмитрий Солопов, а через несколько месяцев и второй главный

редактор Алексей Воробьёв. Новое руководство решило ввести в структуру эфира длинные разговорные передачи, среди которых, например, «Демократия», «PRO и CONTRA» и другие. Тем самым на три года радиостанция отошла от канонов all-news radio.

В 2016-м году Воробьёв вернулся на пост главного редактора Коммерсантъ FM. В интервью автору данных тезисов он рассказал, что программная концепция, основанная на больших передачах, привела к существенному снижению аудитории: «После присоединения Крыма к России, в период активной фазы конфликта на востоке Украины и введения первых санкций США аудитория радио Коммерсантъ FM не получила взвешенной оценки этих событий. Конкуренцию на рынке информационного радио тогда выиграл Бизнес FM» [1]. С лета 2016-го года в редакции были проведены существенные кадровые обновления, а программная концепция вернулась в русло первого этапа (2010-2013).

Сегодня Коммерсантъ FM полностью вернулся к формату all-news radio. Эфирный блок состоит из четырёх ньюс-таймов, по которым распределены десять тем, среди которых материалы в форматах информационных сюжетов, аналитических Inhouse Report и авторских колонок. Это самая важная часть эфира. Она занимает примерно 43 минуты блока. Всё остальное - это межпрограммное пространство, которое призвано дать слушателю отдохнуть от серьёзных новостей. Эти 17 минут заполняются фичерами на неделовые темы (ресторанная критика, «Арт и факты», стиль и т.д.), цитатами великих людей об экономике и деньгах и, само собой, рекламными блоками. Причём реклама тоже подчинена интересам аудитории. В интервью господин Воробьёв рассказал, что на радиостанции никогда не появится реклама фармкомпаний [1].

Кроме того, из формата all-news radio вытекает то, что на Коммерсантъ FM невелика роль ведущих. В отличие от того же «Эха Москвы», которое люди включают, чтобы услышать Венедиктова, или «Говорит Москва», где в центре Сергей Доренко, на Коммерсанте работают линейные ведущие, которые озвучивают заранее написанные материалы и чуть реже проводят интервью в прямом эфире. Правда, есть на этой станции авторские Inhouse Report и так называемые «якоря» в виде колумниста Дмитрия Дризе, Виктора Лошака и Максима Юсина.

В программную концепцию Коммерсантъ FM входит также внеэфирная работа. В качестве примера приведём подкаст «Карьера» в коллаборации с сообществом «Вакансии для хороших людей» ВКонтакте. Её ведущие - обозреватель Коммерсантъ FM Михаил Гуревич и карьерный консультант Ирина Конторева.

Подводя итог, хотим подчеркнуть, что эти тезисы сформулированы на основе выпускной квалификационной работы, которая готовится автором к защите в мае-июне 2019 года. Основная задача дипломного сочинения - научно описать программную концепцию Коммерсантъ FM и её специфику на российском медийном рынке.

Источники и литература

- 1) Интервью с главным редактором Коммерсантъ FM Алексеем Воробьёвым
- 2) См. Радио «Моховая, 9». Встреча главного редактора «Коммерсантъ FM» Алексея Воробьева со студентами факультета журналистики. 11.12.2017. URL: http://radio_mohovaya9.tilda.ws/vorobyov (дата обращения – 28.02.2019)
- 3) Старт «Эха Москвы» / Дилетант: <https://diletant.media/articles/30504736/> (дата обращения – 28.02.2019)
- 4) Усков В. Аудитория московских радиостанций. <http://www.bsspss.com/67/251/article/2603/index.html> (дата обращения – 28.02.2019)
- 5) Что такое Коммерсантъ FM? (для служебного пользования)