

Григорий Александрович, во-первых, позвольте поздравить вас с 40-летием радиостанции «Маяк». Помню, это было знаковое событие, когда на второй кнопке вдруг появились позывные «Маяка». С того момента прошло много лет, но такое ощущение, что лицо, стиль радиостанции сохранились, и она осталась той, какой была в самом начале. Я не ошибаюсь?

- Сказать, что за сорок лет ничего не изменилось, было бы неверно, впрочем, как и сказать, что все поменялось. Никакое средство массовой информации не выживает без перемен. Иногда это приводит к курьезам. Вы знаете, что позывные «Маяка» звучат каждые полчаса, и в эфир выходят пятиминутки новостей. Так вот, когда в стране все реорганизовывалось, на «Маяке» тоже решили переорганизоваться: выпускать новости через двадцать минут. А народ потерял временные ориентиры. Мало того, в разных системах, с которыми связан «Маяк», появилась опасность сбоев. Оказываются, позывные нашей радиостанции, эти «точки-пикалки», используют при наведении самолетов, так что название станции не просто символ, а действительно радиомаяк. По позывным «Маяка» в Петербурге, - хотя это уже и не так существенно, - ровно в полдень, например, стреляет пушка.

А если серьезно, сегодня важно другое: «Маяк» по своему стилю остается информационно-музыкальным радио. Вместе с тем конкуренция на радиорынке требует изменений - не в концепции, а в части структуры вещания. Скажем, позиционируя себя как информационное радио, мы теперь больше времени уделяем комментариям. Новые технические возможности позволяют увеличить долю интерактивных программ, то есть прямого общения со слушателем. При этом, как и сорок лет назад, новости, события, прямые репортажи, стремление рассказать прежде всего о том, что случилось, - отличительная черта «Маяка».

Кроме того, мы - музыкальное радио, значит, не можем не учитывать изменения музыкальных вкусов аудитории. Поэтому сочетание музыки ретро и современной, на наш взгляд, должно удовлетворять пристрастиям аудитории «Маяка».

- А что вообще представляет собой государственная радиовещательная компания «Маяк»?

- Пожалуй, из существующих радиовещательных компаний «Маяк» имеет самую сложную структуру. Это государственная организация, объединяющая три вещательных канала: «Маяк» - федеральный, «Маяк-24», вещающий на Москву и область, и радиостанцию «Юность», которая работает на всю страну на средних, длинных и коротких волнах. Это фактически три самостоятельные радиостанции со своим программированием, и у каждой - свои форматы. Кроме того, мы единственная радиостанция, которая имеет развитую корреспондентскую сеть в стране и за рубежом. «Маяк» один из немногих активно использует цифровые технологии, которые помимо массы других преимуществ позволяют повысить качество звука. У нас работают около трехсот человек - для радио это очень много. По данным медиазмерений, мы занимаем первое место в стране и по объему аудитории - 40 процентов потенциальных слушателей страны предпочитают «Маяк».

- Читатели «Московской среды» чаще всего слушают радио «Маяк-24». Какое оно имеет отношение к «Маяку»?

- «Маяк-24» - «дочка» нашей радиостанции, причем самая родная, самая близкая. Она создана как конкурентоспособный продукт на медиарынке. Ведь сегодня публика, как правило, ловит радиостанции, которые звучат в FM-диапазоне. И, чтобы не потерять аудиторию, мы организовали вещание нашей «дочки» на частоте FM - 103,4 МГц. «Маяк-24» - «разговорное радио», и хоть на первом месте здесь тоже, конечно, новости, но

Григорий ШЕВЕЛЕВ:

«МАЯК» В ЭФИРЕ - БОЛЬШЕ ЧЕМ МАЯК



Григорий Александрович Шевелев родился 3 июня 1943 года в Москве. Окончил факультет журналистики МГУ. Начинать работать в качестве корреспондента и редактора программы «Последние известия» на Всесоюзном радио, участвовал в создании информационной программы «Маяк». Долгие годы его жизнь была связана с телевидением - Центральным, ОРТ, каналами REN TV, «ТВ Центр», «ТВ-Столица» и рядом других. В последние годы вернулся на радиостанцию «Маяк», сегодня он главный редактор и первый заместитель председателя этой государственной радиовещательной компании. Президент Российского фонда развития телевидения. Женат, имеет трех дочерей.

много и комментариев, и коротких передач информационного содержания, диалогов с аудиторией, культурологических программ.

- В чем различие «команд», работающих на обоих «Маяках»?

- У нас одна команда. Однако сотрудники «Маяка-24» готовят большой блок московских новостей, создают различные ток-шоу, которые не выходят на федеральный канал. Федеральный «Маяк» по сути ближе к той радиостанции, которая начиналась сорок лет назад.

- Возможно, это мое субъективное ощущение, но многие нынешние так называемые культурные передачи уступают по качеству тем, которые звучали в 60-е. Существенное место заняла бесконечно повторяющаяся «попса». Для чего это?

- Не могу с вами согласиться. То, что вы назвали «попсой» - лишь незначительная часть музыкального материала. Что же касается повторений (ротация, на нашем языке), - это сочинения композиторов или музыкантов, которые приобрели право исполнения своих произведений на «Маяке» за деньги. Увы, мы не можем от этого отказаться, потому что бюджетного финансирования «Маяку» не хватает. Никакого секрета здесь нет, и мы это слушателям объясняем. Весь остальной музыкальный материал отобран строжайшим образом, и мы исполняем только «хитовые» вещи. Я считаю, что эта музыка - качественная, ориентированная на требовательного и квалифицированного слушателя.

- Многих радиослушателей, как и телезрителей, раздражает избыток рекламы. Такое ощущение, что никто не ограничивает ее количество в эфирном пространстве. Существуют ли на этот счет какие-то правила?

- Нормы одинаковы для телевидения и радио - не более 15 минут в час. При программировании звучания мне реклама мешает так же, как и слушателям: невозможно формировать канал, как хотелось бы. Но я вынужден искать компромисс: реклама обеспечивает значительную часть средств, идущую на создание основного продукта. Государство оплачивает, и то не полностью, лишь распространение сигнала и техническое производство, а содержание сотрудников компании, приглашение талантливых людей и прочее нам дает реклама. В основном она размещена на федеральном «Маяке», который кормит остальные наши структуры, на «Маяке-24» ее значительно меньше.

- Сегодня в эфире намечился некоторый вакуум. С одной стороны, огромное большинство музыкально-развлекательных радиостанций, а с другой - так называемые информационные или независимые станции, нагнетающие и без того непростую обстановку в стране. Как в этой ситуации «Маяку» удастся занимать умеренные позиции?

- В этом как раз традиция или, если хотите, идеология «Маяка». Согласно нашей концепции, мы должны прежде всего информировать аудиторию о событиях. Кроме того, мы обеспечиваем подлинную свободу слова для слушателей: во время диалогов с аудиторией даем возможность высказаться в эфире людям с разными, порой полярными точками зрения. Например, весьма бурно обсуждалась недавняя кампания по отмене льгот. То же касалось и обсуждения анти-террористических предложений президента. Но главное, мы сохраняем традиции, заложенные сорок лет назад: даже в рамках существ-

вавшей тогда жесткой идеологии давать беспристрастную информационную картину.

- Тогда, в 1964 году, в последний год правления Хрущева, «Маяк» казался робким дуновением свободы...

- История появления радиостанции связана с такой интригой: это был не культуртрегерский факт, а скорее - политический, навеянный изменениями, которые происходили в стране, попыткой противостоять зарубежным радиостанциям. Скажем, здесь транслировалась та музыка, которая не особенно поощрялась... Однако инициатором создания «Маяка» был ЦК КПСС, в частности, тогдашний заведующий сектором радио в отделе пропаганды и агитации Александр Яковлев. Недавно вышла книжка «Позывные тревог и надежд. «Маяк». 40 лет в эфире», где ветераны, в частности, подробно рассказывают о драматических событиях, связанных с появлением «Маяка» - например, о том, как удалось перехитрить Сулова, убедив Хрущева в неэффективности «глушилок».

- У каждой радиостанции свой слушатель. Какими методами сегодня вы его определяете - по возрасту, профессии, политическим пристрастиям, культурному и образовательному уровню?

- Как и многие другие средства массовой информации, мы пользуемся измерениями компании «Гэл-лап-медиа», которая дает портрет радиослушателя и «слушаемость» канала в течение дня. Там работают профессионалы, которые определили, что наши слушатели - люди за сорок, доля мужчин и женщин примерно равная, они, как правило, со средним и - значительная часть - высшим образованием.

- А как вы добиваетесь доверия слушателя? И в чем сек-

рет неувадаемой популярности «Маяка»?

- В стране нет другой такой радиостанции, кроме, разумеется, «Радио России», которая доходит бы до самых удаленных уголков страны. В общении с аудиторией мы обязаны находить интонацию, которая в равной мере была бы воспринята и в горном ауле, и в глухом селе, и городе-миллионнике. Это очень нелегкая задача, но помогает наш опыт в отборе новостей и фактов, в формировании программ. Наш принцип - не идти на поводу у людей с невзыскательным вкусом, но и не уходить в элитарные выси.

- А вы используете накопленные за сорок лет архивы?

- Архив есть, но, увы, по нашей вечной беспечности он частично утрачен. Последние два года мы заняты его восстановлением. Я придерживаюсь проверенного мнения, что новое - хорошо забытое старое, хотя и в современных формах подачи. Кроме того, используем богатейший опыт старых сотрудников «Маяка» - Владимира Безяева, Александра Рувинского, Александра Курашова, других ветеранов.

- А как вы сами оказались на «Маяке»? Как видите развитие радиовещания вообще и, конечно же, на «Маяке»?

- На эту радиостанцию я пришел еще студентом-практикантом и довольно долго здесь работал. Как всякий самонадеянный молодой человек, в какой-то момент посчитал, что освоил все премудрости, и ушел на телевидение «создавать полотно». В общем, всю жизнь посвятив электронным СМИ. Но некоторое время назад была поставлена задача воссоздать нашу радиостанцию заново, поскольку на рубеже тысячелетий «Маяк» резко потерял аудиторию. Сейчас мы пытаемся сохранить лучшее, что было сделано, но при этом четко понимаем, что на одних ностальгических символах не выживешь, требуется учитывать нынешние реалии, в том числе жесткую конкуренцию.

- Как, по-вашему, есть ли у радио будущее? Ведь его активно вытесняет телевидение, Интернет, словом, аудиовизуальные электронные средства?

- Радио занимает нишу, которую принципиально не может занять телевидение. Оно звучит на многих рабочих местах, в машине, радио необходимо меломанам, людям, которые глубоко интересуются политикой. И так будет всегда. А телевидение все больше дрейфует в сторону развлекательных программ.

Сегодня в мире есть радиостанции, которые работают в близком к нам формате. Чтобы удерживать свою аудиторию, FM-станции нередко прибегают к эпатажу слушателей, но для нас это неприемлемо. Ни один канал телевидения, никакая другая радиостанция не способны сегодня дать информацию так же оперативно, как это делает «Маяк». Например, мы были первыми, объявившими миру о трагедии в Беслане. Да, телевидение выигрывает у радио, но лишь позже, когда появляется картинка. Учитывая все это, могу утверждать, что будущее «Маяка» обеспечено.

Во-первых, мы информируем о всех событиях, происходящих в любой точке на территории России. Во-вторых, мы интернациональны, точнее, многонациональны в наших музыкальных форматах. В-третьих, мы собираемся распространить на федеральный канал интерактивное вещание, которое уже существует на «Маяке-24». У нас есть программа «Диалог», где ведущий не выступает экспертом, а дает слушателям возможность высказываться по животрепещущим проблемам. Это дает возможность формировать гражданскую позицию жителей огромного пространства, которым является наша родина. Если добавить, что нас слушают и за пределами России, а по Интернету - и в дальнем зарубежье, смело можно сказать, что мы объединяем соотечественников во всем мировом пространстве.

Беседовал
Владимир ПОТРЕСОВ
Фото автора