

## РАДИО В ИНТЕРНЕТЕ

© 2004 В. Колодкин

Тольяттинский государственный университет

“Web-радио”, или “версия радиостанции в Интернете” – сегодня эти понятия не являются неологизмами для тех, кто хоть как-то знаком с мировой паутиной. Да и те, кто не прошел еще “тайнства виртуального крещения”, наверняка знают о том, что их любимая радиостанция имеет свою страничку где-то в Интернете, адрес которой можно многократно услышать в эфире. И само явление радиовещания в Сети уже не относится к разряду экзотики и становится обязательным атрибутом уважающей себя (и своих слушателей) станции.

Возможность использования радиовещания в Интернете появилась не так давно. Программное обеспечение радиовещания в Интернете в реальном масштабе времени стало внедряться в середине 90-х, и сейчас в мире насчитывается более 15 млн. пользователей Web-радио.

Как и в ситуации с другими видами сетевых СМИ, проследить первопроходцев и уверенно их назвать достаточно сложно. Но ясно одно – в России это произошло в Москве в 1996 году. В большинстве источников указана радиостанция “Европа Плюс”, которая организовала трансляцию программы А. Троицкого “Достоевский FM” через Интернет одновременно с обычным эфиром. Но представители станции “Серебряный дождь” настаивают, что впервые в Российском Интернете (Рунете) появились именно они. В принципе, это не столь важно. Главный вывод, который из этих фактов можно сделать, заключается в том, что столичные российские радиовещатели начали осваивать пространство Интернета не с азов, а сразу с применением последних мультимедийных достижений, в частности Медиа-проигрывателя. И на данном этапе (2003 год) радио в Рунете проявляет себя в большом многообразии форм.

И здесь парадокс: есть явление, есть (размытое, но все же) понятие об этом явлении, но

до сих пор нет основательного или хотя бы систематического его анализа. Можно, конечно, оговориться и заметить, что сетевая журналистика в целом еще мало исследована. Но, как бы то ни было, она не стоит на месте, и на данный момент уже существуют серьезные исследовательские работы в этой области, как в России, так и за рубежом. Однако в большинстве своем исследователи акцентируют внимание на сетевых газетах и журналах (иногда и называя их “сетевыми СМИ”), удостаивая web-радио лишь беглого упоминания с формальным описанием, либо же объединяя его с телевизионными сайтами в некое дополнительное средство промоушна или рекламы.

Противоречивость и неопределенность в понимании интернет-радио наблюдается и среди самих журналистов и деятелей сети. Одни убеждены, что в скором времени других форм радио вообще не будет. Вот, например, одно из высказываний Анатолия Левенчука, консультанта по вопросам Интернета (проект “Московский либертариум”): “Уже сегодня, когда настраиваешься на программу *Real Audio* и появляются меню из разных стран мира, можно насчитать примерно 5 тысяч радиостанций с программами передач и ведущими, которые вещают в Интернете. Жаль, что российских станций среди них пока немного, но они уже есть. Я убежден, что тот, кто не “утечет” в эту открывшуюся дырочку, попросту не сохранится. Я даже не знаю, будет ли это называться сайт, или просто радиостанция, потому что через некоторое время не будет других средств вещания, кроме Интернета”.

Другие и вовсе пока его серьезно не воспринимают (А. Носик, создатель и редактор нескольких электронных изданий, известный деятель Рунета): “То, что мы видим сейчас, к радиовещанию в Интернете не имеет никакого отношения. Это просто выкладывание в Интернет радиостанциями своих визитных кар-

точек. Если радиостанция, которая имеет аудиторию 460 тысяч человек в Москве, получает через Интернет дополнительно 25 слушателей — то здесь вообще не о чем говорить. То, что мы видим сегодня в России, это процесс накопления опыта, ценного и безусловно важного. Но это не есть радиовещание”.

Может, в чем-то вышеприведенное высказывание утрирует реальное положение дел, но пока Интернет (по крайней мере, в России) действительно трудно назвать массовым СМИ, а потому версии радиостанций в Интернете ещё не являются конкурентами обычному радио (оговорюсь: только в количественном плане аудитории, ибо в принципе они не являются сегодня прямыми конкурентами). Но я полностью присоединяюсь к заключительной мысли А. Носика: “это не есть радиовещание”, правда, понимаю ее в несколько ином аспекте: сетевое радио и не может быть радиовещанием в привычном для всех понимании. Да, радиовещание послужило своеобразной “матрицей” в процессе создания сетевого радио. Но интернет, в отличие от оффлайна, — совершенно иная “сфера обитания”, где требования к подаче информации (в том числе и к ее формам) тоже иные. Где, чтобы выжить, необходимо не просто претерпеть мимикрию, а пережить серьезные мутации (кстати, это относится и к другим видам СМИ, которые попытались перенести в сеть).

Таким образом, привычная нам “матрица” радиовещания, попав в Интернет, приобрела совершенно новые признаки, обросла дополнительными формами и способами подачи информации. Как известно, мутации могут привести или к появлению нового вида (будем считать, что в виртуальном мире эти процессы проходят несравненно быстрее, чем в реальном), или к гибели появившегося организма. Кто знает, может, сетевое радио в скором времени исчезнет, уступив место некоему информационному гибриду из признаков всех видов СМИ. Но пока оно существует, и есть все основания говорить о том, что радио в Интернет является новым видом СМИ, отличным от “обычного” радио (назовем его “радио — оффлайн”).

Мало того, при детальном изучении можно увидеть, что и непосредственно в самом Интернете радио-сайты отличаются друг от друга. Одни сайты являются версиями оффлайн-новых радиостанций, их “сетевыми двойниками”, а другие — существуют исключительно в сети, приобретая новые и дополнительные свойства и признаки, которых просто не может быть у “двойников”. К примеру, в Рунете

можно найти интересный случай — “Специальное радио”, [www.specialradio.ru](http://www.specialradio.ru). Аналогов ему в оффлайне не существует, да и не может быть, потому что на этом сайте в реальном времени работает сразу одиннадцать (!) станций. Это означает, что на главной странице сайта находится одиннадцать ссылок (так называемых “кнопок”), кликнув на которые, посетитель приступает к прослушиванию совершенно разных по формату эфиров (зарубежный хард-рок, этника, городской шансон, русская музыка, классика и т. д.), но с одинаковыми джинглами “Специального радио”. Причем юзер может одновременно слушать сразу несколько каналов вещания, открыв соответственно несколько окон. Возможно ли такое в оффлайне? Нет: это не аналог приемника, где, казалось бы, тоже много “кнопок” на каждой отдельной волне, но, во-первых, эти “кнопки” соответствуют различным станциям-вещателям, и одновременность их прослушивания на радиоприемнике невозможна. А во-вторых, приемник — это принимающее устройство, являющееся каналом распространения исключительно радиовещательного сигнала. Об Интернете такого сказать нельзя, хотя модем в совокупности с системным блоком компьютера можно назвать принимающим устройством. Но исключительности в приеме здесь нет: в Интернете можно слушать радио и читать газету, смотреть фильм или видеосюжет одновременно в режиме реального времени.

Возможно ли такое на сайте, например, “Русского радио” или “Европы Плюс”? Нет, потому что цели у таких сайтов иные. Но не только поэтому. Как мне кажется, причина этого кроется не только в различии типов сайтов, но и их видов.

Отсюда я полагаю, что для четкого определения вида СМИ необходимо введение в методологию такой категории, как “информационное пространство” (в котором функционирует данное СМИ). Ясно, что термин “информационное пространство” не имеет ничего общего с понятиями квантовой физики и теории относительности. В данном случае я выделяю два пространства информационной деятельности СМИ:

- виртуальная реальность: всемирная сеть Интернет (или “онлайн”);
- объективная реальность: реальный мир (или “оффлайн”).

Выявив отношение рассматриваемого СМИ к информационному пространству, можно четко определить его вид, а уж затем приступать к типологии. Таким образом, в частности, радио, функционирующее исключи-

тельно в сети и не имеющее аналогов в оффлайне, можно назвать “сетевым”. Радио, информационное пространство которого – оффлайн, остается тем самым “обычным радио”, к которому мы привыкли. Правда, можно добавить “оффлайновое радио” (но я на этом термине не настаиваю).

Несколько сложным может показаться случай с версиями оффлайновых радиостанций в сети. То есть на первый взгляд, может показаться, что у таких СМИ два пространства деятельности: онлайн и оффлайн. Но только на первый взгляд, потому что все-таки, к примеру, радиостанция “Серебряный дождь” и сайт радиостанции “Серебряный дождь” – это два различных СМИ с различными учредителями, с различной локальностью (например, в Ростове слушать “Серебряный дождь” можно только через Интернет), с различным редакторским составом, а иногда и аудиторией. И самое главное – с различными целями и задачами. Ведь все же основной целью сайта оффлайновой радиостанции в Интернете является продвижение, промоушн, привлечение дополнительной потенциальной аудитории к оффлайновому эфиру или укрепление положительного имиджа у аудитории реальной. Таким образом, я считаю, что версии оффлайновых станций – это не полноценное сетевое радио, это СМИ, которое является сайтом радиостанции в Интернете или версионным сетевым радио.

Поскольку объектом моего исследования является радио в Интернете во всем его многообразии, то теперь предлагаю подробнее остановиться на следующих видах СМИ: сайты радиостанций (*версионное сетевое радио*) и *собственно сетевое радио*.

Начнем с версионных сайтов. При разработке типологии сетевых СМИ вполне подходящим является метод типологического анализа, предложенный в 70-х годах прошлого века профессором А. И. Акоповым для анализа печатных СМИ, который впоследствии оказался универсальным и для электронных СМИ (радио и ТВ). Так, если говорить о *типифицирующих* признаках сайта, то они остаются прежними: учредитель, цель и аудитория.

Учредителем сайта радиостанции в основном является руководство (или учредитель), а иногда творческий коллектив его “оффлайнового родителя”. То есть чаще всего эта категория у них совпадает. Хотя бывают случаи, когда учредителем сайта может стать радиослушатель-любитель или поклонники радиостанции. Правда, в этом случае сайт называют “неофициальным”. Соответственно, в первом случае сайт является “официальным”.

С каждым годом количество “неофициальных” сайтов постепенно сходит на нет. Причин тому много: и занятость их создателей, и малая посещаемость, и “конечность” чистого энтузиазма. Поэтому все чаще на таких страничках можно найти необновляющийся фото- или видеоархив и перечень программ станции, а иногда форум.

В качестве примера неофициального сайта можно привести сервер “Европа Плюс Комсомольск” (<http://radiokomsa.by.ru>). Здесь всего несколько разделов: Главная страница (с выходными данными станции), фотоархив, видеоархив. Более интересным и богатым по содержанию и исполнению является неофициальный сайт новосибирской рок-станции “ОТС” (<http://radio-ots.narod.ru>). Рубрикация такова: История, Программы, Коллектив, В эфире (сетка программ), Новости, Форум, Гостевая, Разное, Контакты. У неофициального сайта радиостанции “Пирамида” из города Назарово (<http://www.nazarovo.ru/piramide>) разделов меньше: Главная, Новости, История, Фотоальбом, Гостиная, Бонус (здесь можно найти архивы некоторых программ и джинглы). Но дизайн и графика выполнены довольно качественно. Кстати, данный сервер был создан бывшим сотрудником радио “Пирамида”.

**Аудитория.** Эта категория очень сложна в изучении. Вообще аудитория Рунета малоизученна и уверенно сказать, что по социо-демографическим признакам и по рейтингам станции и их сетевые версии идентичны, совпадают или похожи, сложно. Потому допустим, что это действительно так.

**О цели** сетевого версионного радиосайта мы уже говорили. Но повторюсь: основная цель – это реклама и промоушн оффлайнового радио и его имиджа. А вот **задачи** могут различаться и варьироваться, значительно расширяться (информирование и просвещение аудитории, пропаганда определенных идей, образа жизни, развлечение). Это, естественно, влияет на редакторский состав, информационное наполнение, рубрики, содержание сетевого СМИ. Отсюда по этому признаку можно выделить несколько основных типов сайтов радиостанций.

- *сетевая визитка*;
- *сетевой фэн-зин*;
- *информационно-развлекательный сайт*.

**Сайт – сетевая визитка** преследует основную цель – рекламу оффлайновой станции в информационном пространстве Интернета, и в данном случае задачи таких изданий не выходят за рамки цели. Причем реклама имеет

двоякую нацеленность — с одной стороны, информирование потенциальной аудитории станции о своем наличии, формате и частоте, с другой, информирование потенциальных рекламодателей, которые посещают всемирную паутину.

Если говорить о вторичных типологических признаках данных сайтов, то редакторский коллектив здесь попросту отсутствует — технология создания таких сетевых изданий в основном похожа. Радиостанция заключает договор с какой-либо местной веб-студией о единовременном бартерном обмене информационными услугами: за определенный объем рекламы в радиоэфире веб-студия разрабатывает графику, дизайн, структуру сайта и наполняет его тем текстовым содержанием, которое предоставит ей руководство радио. Причем зачастую это тексты из рекламных буклетов или заказных материалов в газетах, размещенные без редактирования и адаптации. Затем этого «неповоротливого паучка» запускают в паутину и с гордостью, кроме телефонов и факсов, отныне указывают URL-адрес в своей сувенирной промо-продукции. Обновляют сайты-визитки редко: в основном, раз в год (обычно по случаю дня рождения радиостанции).

Сетевые радио-визитки, в основном, не имеют разделов, рубрик, ссылок и напоминают рекламный буклет или *пресс-кит*. Максимальный объем такого сайта — от 5 до 15 html-страничек, где можно встретить чат или гостевую книгу, подробный прайс-лист, сетку вещания и описание сотрудников станции (т. н. «профайлы»), некоторые интерактивные разделы. В принципе, сайты-визитки создаются из соображений престижа. На сегодняшний день их становится все меньше: услуги веб-студий остаются недорогими, аудитория интернета растет и конкуренция ожесточается. В данный момент такие сайты имеют в основном провинциальные радиостанции. Например, сайт омской радиостанции «Радио-3» (<http://www.radio-3.ru>), где можно встретить следующие разделы: Главная, История, О нас, Программы, Pro Рекламу, Рейтинг, Хит-Парад, Поздравления, Книга отзывов, Новости, Музыкальный архив станции. Но все эти разделы малосодержательны, редко обновляются и служат исключительно продвиженческим целям.

Другой, еще более яркий пример — сайт барнаульской радиостанции «Heart FM — 105,9» (<http://www.radiportal.ru/pilgrim/index.shtml?index>). Новости, Передачи, Ведущие, Сотрудники, Контакты, Гостевая книга — вот и все разделы, наполняющие данный незамысловатый сайт.

**Сетевой фэн-зин** (fan-zine, от англ. «fan» — поклонник и «magazine» — журнал, в западной культуре фэн-зин — журнал, создаваемый специально для поклонников какой-либо поп-группы или исполнителя, иногда самими фанатами, а поскольку в большинстве случаев коммерческие станции являются сферой шоу-бизнеса, то термин и само явление вполне применимы) тоже ставит своей главной целью пиар и промоушн станции в среде Интернета. Но задачи и функции расширяются: информирование аудитории (о жизни станции, о тех сферах жизни, которые соответствуют интересам прежде всего потенциальной аудитории оффлайн-станции и ее формату), развлечение, организация интерактивной коммуникации «слушатель-радио», «слушатель-слушатель», в основном на основе интересов, близких формату и имиджу станции.

Соответственно, на сайтах такого типа достаточно богатая рубрикация: новости станции, новости музыки (соответствующей формату), эфирные персоналии, история станции, странички отдельных программ, гостевая, форум, чат, хит-парад (иногда с возможностью «скачать» любимые песни), рекламные расценки, сетка вещания и тому подобное. Многие из этих рубрик требуют периодического обновления, информационного наполнения, поэтому у фэн-зинов, в отличие от электронных визиток, обязательно есть хотя бы редактор (он же администратор и верстальщик). Автором материалов и новостей зачастую выступает опять-таки редактор, а также сотрудники радиостанции. Иногда отдельные тексты заказывают журналистам из печатных изданий или копирайтерам из рекламных агентств.

Также на таких сайтах возможна ретрансляция прямого эфира. Основной принцип таких сайтов — «ничего, кроме нашего радио и нашего формата». Все должно служить цели создания определенного (естественно, положительного) имиджа станции и создания коммуникативной среды в Рунете для целевой и потенциальной аудитории офф-лайн-овых слушателей.

Сайтов данного типа — большинство в Интернете. Среди самых ярких — сайты таких крупных российских станций, как «Максимум» ([www.maximum.ru](http://www.maximum.ru)), «Наше радио» ([www.nashe.ru](http://www.nashe.ru)), «Русское радио» ([www.rusradio.ru](http://www.rusradio.ru)), «Европа Плюс» ([www.euroraplus.ru](http://www.euroraplus.ru)) и т. д. Помимо обязательных разделов и рубрик на некоторых сайтах можно найти интересные решения и находки. Например, на сайте «Европы плюс» работает необычный раздел «Дарилка», где посетители могут обменяться раз-

личными нужными или ненужными вещами (от старой печатной машинки до модема или принтера) бескорыстно. В последнее время наблюдается тенденция к активному вовлечению посетителей сайтов в эфирную жизнь станции: проводятся различные конкурсы и викторины исключительно для посетителей сервера, или же гости форумов и гостевых имеют равные права с дозвонившимися или отправившими сообщения на студийный пейджер на озвучивание их высказывания в эфире.

Кстати, такой тип сайтов встречается и среди неофициальных. Здесь цель несколько иная – организация своеобразного сетевого клуба по интересам, удовлетворение потребности в коммуникации с единомышленниками. В данном случае по дизайну и содержанию неофициальные электронные фэн-зины радиостанций очень схожи с сайтами различных фан-клубов. Стоит обратить внимание на одну интересную деталь: иногда в Интернете можно встретить несколько неофициальных фэн-зинов, созданных одним человеком, “сетевым жителем”. То есть происходит своеобразная экстраполяция социальной личности в сетевое пространство. К примеру, юзер является заядлым футбольным болельщиком, читает фэн-тези, учится в университете и предпочитает определенную радиостанцию. В результате в Интернете он создает 4 неофициальных фэн-зина, которые прилежно обновляет по мере своих сил и возможностей.

**Информационно-развлекательный сайт** – тип достаточно сложный и неоднозначный. Основная цель сайтов данного типа – также пиар и промоушн, но иногда некоторые задачи (информирование и развлечение слушателей) начинают доминировать и определение цели усложняется. Рубрики и разделы информационно-развлекательных сайтов многочисленны, их можно разделить на группы.

1) Новости:

- эфирная и внеэфирная деятельность станции;
- музыка и шоу-бизнес, культура, искусство, спорт;
- общественно-политическая информация;
- погода.

2) Программная информация:

- радио-персоналии;
- галерея;
- странички программ (звуковые архивы и текстовые версии);
- сетка вещания.

3) Реклама и промоушн:

- презентация станции;
- прайс-лист;

- клиентская база;
- игры и конкурсы.

4) Интерактивное пространство:

- чат;
- форум;
- гостевая;
- эфирный пейджер;
- доска объявлений;
- голосование и опросы.

5) Мультимедийные услуги:

- веб-камера;
- медиа-проигрыватель (прямой эфир в сети);
- звуковые архивы;
- справочная информация;
- коллекция ссылок.

На сайтах данного типа развита система гиперссылок, может присутствовать поисковая система для архива. Замечу, что создание информационно-развлекательных версионных сайтов – прерогатива в основном общественно-политических или новостных радиостанций, потому что их главная задача и цель – оперативно и качественно утолять “информационный голод” своей потенциальной аудитории, как в офф-лайне, так и в Сети. Таким образом, их версии в Интернете превращаются не просто в сетевой промо-придаток, а в отдельное сетевое СМИ, ориентированное на определенную аудиторию, иногда отличную от офф-лайновой.

В качестве яркого примера такого сервера можно назвать официальный сайт радиокompании “Маяк” – [www.radiomayak.ru](http://www.radiomayak.ru), созданный в 1998 году. Учредителем его является сама радиокompания, а редакцией этого сайта стал интернет-отдел, внедренный в структуру редакции самой радиокompании. Основные разделы сайта: Политика, Экономика, Общество, Культура, Спорт, Музыка. Кроме прямого эфира “Маяка” на сервере размещены звуковые архивы наиболее популярных программ. Музыкальные передачи собираются на сайте в виде звуковых файлов, снабженных комментариями и иллюстрациями. Стоит заметить, что коллектив редакции сайта к делу подходит профессионально: создание текстовых версий новостей не сводится к простой расшифровке аудиозаписей. Материалы для сетевой версии “Маяка” серьезно редактируются с учетом особенностей интернет-читателей. Не отстает по качеству и степени информационной наполненности сайт радиостанции “Эхо Москвы” ([www.echo.msk.ru](http://www.echo.msk.ru)). Новостная лента на главной странице оперативно обновляется вместе с выпусками новостей в эфире. В разделе Программы можно найти текстовые версии боль-

шинства передач “Эха”, а также архивы стенограмм всех интервью. А популярная программа “Рикошет” уже давно проводит параллельные опросы по актуальным проблемам, как с помощью телефонной связи, так и на сайте, причем результаты таких рикошет-опросов не суммируют, а называют отдельно друг от друга — иногда получается, что мнение посетителей сайта радиостанции “Эхо Москвы” может отличаться от мнения ее офф-лайн-слушателей, что, кстати, еще раз подтверждает предположение о несовпадении аудиторий СМИ и его сетевой версии.

Нельзя обойти вниманием и веб-сайт радиоконпании “Голос России” ([www.vor.ru](http://www.vor.ru)). С помощью сети Интернет “Голос России” распространяет информацию о вещании на 33 языках, знакомит пользователей с актуальными комментариями на темы российских и международных событий, осуществляет “интернетовское” сопровождение ведущих live-передач (раздел “Vis-a-vis с миром”). На сайте можно встретить сетевую адаптацию (в текстовом виде) серии программ для иностранцев, изучающих русский язык. Передачи “Голоса России” звучат во Всемирной компьютерной сети в режиме Real Audio на русском и английском языках. Как признаются сотрудники редакции сайта, “работа “Голоса России” в сети Интернет позволяет решить одну из насущнейших задач по продвижению русской культуры в мировое сообщество” (А. Оганесян, РГТРК Голос России, Москва). В связи с этим “Голос России” предлагает превратить свой сервер в своеобразный путь в мир русской культуры. На нем будут размещены ссылки на сайты, знакомящие пользователей с российской историей и культурой.

И здесь уже видно, что информационно-развлекательный сайт радиостанции выходит за рамки ее офф-лайн-деятельности: он уже нечто большее, чем просто версия СМИ в сети. Можно сказать, что информационно-развлекательный сайт радиостанции — это промежуточный тип интернет-издания между версионным сетевым радио и непосредственно сетевым, к анализу которого мы и перейдем.

Наверное, показательно, что первое действительно сетевое радио в России было организовано частью творческого коллектива обычной столичной коммерческой станции, которая считалась одной из самых прогрессивных в своей среде. Но именно давление капитала и коммерческие препоны заставили часть сотрудников уйти из оффлайна и создать в Рунете, так сказать, “радио своей мечты”. Вот что можно прочитать на сайте [www.101.ru](http://www.101.ru) в

разделе “О проекте”: “*Интернет Радио (The Internet Radio) — это официально зарегистрированное средство массовой информации и торговая марка, которая принадлежит российской компании “Интернет 101”. “Интернет 101” — творческий наследник “Радио 101” (101.2FM), одной из трех московских радиостанций, которые стояли у истоков коммерческого музыкального радиовещания в России в начале 90-х...*”

В мае 2000 года, после смены формата и названия “Радио 101”, часть сотрудников станции приняла решение сохранить проект, а точнее, его общую концепцию, философию и музыкальный формат. Таким образом, “Радио 101” возобновило вещание, но в этот раз только в Интернете...

Летом 2000 года была зарегистрирована торговая марка, а также получено первое в России свидетельство о регистрации интернет-радиостанции.

Компания “Интернет 101” первой подписала контракт с РОМС (подразделением Российского авторского общества), легализовавшим право использования в “интернет-эфире” музыкальных произведений.

3 октября 2000 года, непосредственно на выставке Интернетком-2000, “Интернет Радио” перешло от полностью автоматизированного вещания к живому эфиру.

Сейчас “Интернет Радио” представляет из себя музыкально-развлекательный портал, который состоит из двух радиостанций, вещающих круглосуточно. Во-первых, это собственно “Рок Радио 101”. Во-вторых, это канал “Русские Песни” — 24-часовая программа, в основном ориентированная на русскоязычную аудиторию за рубежом.

Добавлю только, что совсем недавно на этом сайте появился еще один радиоканал “Danse 101” (танцевальная музыка). Таким образом, на сетевом “Интернет радио” в реальном времени вещает сразу три канала с различным форматом и программным наполнением, объединенных одной торговой маркой, одной редакцией и одним URL-адресом — [www.101.ru](http://www.101.ru). Если попытаться выявить типформирующие признаки данного сетевого СМИ, то учредителем, как мы уже знаем, является частная компания “Интернет 101”. Потому можно сказать, что “Интернет радио” — это частное СМИ. Цели и задачи — развлечение и информирование пользователей, выпуск в эфир новых исполнителей. А вот аудитория может оказаться бесконечно разнообразной по социодемографическим признакам, потому как форматы трех каналов обращены к разным целевым группам.

Что представляет собою “Интернет радио”? На главной странице расположены кнопки-ссылки на три музыкальных канала вещания, причем можно выбрать не только канал, но и его битрейт (скорость передачи информации), а также формат звуковой программы для прослушивания (в зависимости от мощности и особенностей вашего компьютера). При этом под каждой ссылкой пользователь может видеть ту композицию, которая сейчас в эфире, и ту, которая за ней последует. Также на главной странице расположены рубрики “Музыкальные новости” (всех направлений), “Новости 101. ru” (архивы программ “Интернет-радио”), “Путевка в жизнь” (в этой рубрике представлены композиции начинающих музыкантов, которые можно прослушать и оценить). Но помимо рубрик на главной странице есть ссылки на следующие разделы: “Каналы” (подробное описание каждого канала вещания и ссылка), “Музыка” (в этом разделе также есть новости, но помимо этого здесь присутствуют ссылки на авторские программы сетевого “Интернет радио”), “Фото и Видео” (фотогалерея сетевого радио, архивные видеоматериалы с концертов известных исполнителей), “Общайся” (гостевая, форум, чат), “О проекте”. На главной странице есть поисковая система по сайту.

Таким образом, “Интернет радио” является частным музыкальным информационно-развлекательным (трехканальным) сетевым радио.

Следующий сайт, который попал в поле нашего зрения и о котором я уже упоминал — [www. specialradio. ru](http://www.specialradio.ru). “Специальное радио” было создано 1 декабря 2001 года. Первый эфир в формате “МП3 (эм-пэ-три) Шуткаст” прошел 1 января 2002 года. 1 июля 2002 года количество кнопок (а соответственно и каналов вещания) увеличилось до пяти (1 — основной эфир, 2 — городской романс, 3 — русский рок и поп, 4 — французская музыка, 5 — металлическая музыка). 5 ноября 2002 года — “Специальное радио” получило лицензию Минпечати, а в июле 2003 года кнопок на главной странице уже было 11. Предлагаю познакомиться с выдержками из презентационного материала сайта, который можно найти в разделе “О радио”: “Сегодня Специальное радио — крупнейшее в стране интернет-радио, с таким многообразием музыкального материала, которое просто не снилось ни одной эфирной радиостанции. Это первое в России радио, где круглые сутки можно слушать хард-энд-хэви, французскую музыку, World music, транс и техно. Особо стоит сказать про то, что вторая и третья кнопки

*вкупе представляют собой все многообразие русскоязычной музыки, созданной в этой стране на протяжении последних ста лет... Специальное радио — это первое в стране некоммерческое музыкальное радио. Мы уверены, что этот прецедент послужит хорошим началом для создания на государственном уровне подобных музыкальных общественных СМИ, оставив коммерческую музыку на откуп уже существующих радиостанций и медиа-империй...*

На сегодняшний день слушать его приходят порядка 2,5 тысяч человек в день. Много это или мало? В мае это было 50 человек в день.... В любом случае, мы выражаем признательность всем жителям планеты Земля, кто доверяет нам и кто приходит слушать это радио.

Специальное радио — это радио, где отвергается идея деления музыки на стили. Это принципиальная позиция, но доказывать ее или обосновывать мы сейчас не будем. Отметим лишь, что, несмотря на всю критику в адрес редакции, мы убеждены, что этот формат — формат будущего.

*Также принципиальная позиция Специального радио — абсолютное отсутствие рекламы в музыкальном эфире. В своем эфире мы рекламируем только музыку, которая у нас звучит... Посему в эфире мы говорим только на языке музыки (за исключением джинглов)*”.

Конечно, несколько пафосно, но, думаю, из вышесказанного понятны аудитория, учредитель и цель данного сетевого СМИ.

Теперь о структуре и рубрикации сайта. На главной странице расположено 11 кнопок-ссылок на различные вещательные каналы: 1 — основной эфир, 2 — русский шансон, 3 — вся русская музыка, 4 — французская музыка, 5 — тяжелая музыка, 6 — ворлд мьюзик (этника), 7 — Техно. Транс, 8 — электронная классика, 9 — классическая музыка, 10 — джаз, 11 — ВИА. Нажав на одну из них, вы попадаете на страничку канала с программой эфира и тематическими ссылками. К примеру: “**Неделя Сергея Прокофьева на Специальном радио.** Каждый день в 17.00 московского времени с повтором в ноль часов слушайте произведения Сергея Прокофьева.

#### **Расписание эфиров:**

*дата — эфир — название*

23/04 17.00 Сюиты

24/04 17.00 Симфония № 2

25/04 17.00 Ромео и Джульетта

26/04 17.00 Симфония № 6

27/04 17.00 Война и мир

28/04 17.00 3-я и 4-я симфонии

29/04 17.00 Концерты для пианино №№ 2, 3, 4 и 5”

Также на главной странице находятся новости сайта и основные новости музыкального мира, поисковая система и архив. В верхней части сайта, куда бы вы ни зашли, всегда расположены ссылки на следующие разделы: исполнители (алфавитный каталог всех музыкантов, звучащих на “Специальном радио”); интервью; приколы; форум; промоушн (раздел для музыкантов, которые ищут каналы для продвижения своей музыки); друзья сайта (ссылки на “дружественные” сайты); о радио; карта сайта

Считаю, что **в данном случае мы имеем дело не просто с сетевым СМИ, а с артефактом, с культурным явлением**, потому что налицо просвещенческие и образовательные задачи сайта. И все же “Специальное радио” — это *общественное информационно-развлекательное многоканальное сетевое радио*.

Не менее интересный случай — интерактивное сетевое радио “NetRadio” (<http://netradio.tochka.ru>). Структура главной страницы этого сайта похожа на вышеописанные, но намного проще: 5 кнопок-ссылок на различные музыкальные каналы (русский поп, зарубежный рок, советские песни и т. д.) и рубрики: Музыкальные поздравления, О NetRadio, Радио в сети, Top10 (хит-парад).

Но исследовательский интерес это сетевое радио представляет другой своей особенностью — **тотальной интерактивностью эфира!** То есть сетевое NetRadio предоставляет своим слушателям сформировать содержимое радиоэфира по своему вкусу. На главной странице посетитель встречает такое обращение: “*Выберите понравившиеся композиции в тематических списках. Самые популярные композиции, определенные по результатам отданных за них в этот день голосов пользователей, будут включены в эфир завтрашнего дня*”. А внизу странички он видит окно “Хочу услышать на NetRadio”. Заполняет его и нажимает на кнопку “Отослать”.

Можно, конечно, говорить, что сетевые радиостанции не зарабатывают денег, что они по сути своей экспериментальны и находятся в постоянном поиске, что их создают энтузиасты и фанатики своей профессии. Но как бы то ни было, эти сайты посещают, благодарят их создателей, о них пишут в прессе. Перефразировав картезианскую аксиому, можно сказать так: мы сомневаемся, а значит, они существуют, давая нам повод не только для сомнений, но и для констатации того факта, что **сетевое радио в России есть и развивается оно с небывалой скоростью!**