Радиолюбительские конструкции

Издательство «Радио и связь»

РАДИОЖУРНАЛИСТИКА

Под редакцией профессора А.А. Шереля

Рекомендовано Министерством образования Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся специальности Журналистика

ИЗДАТЕЛЬСТВО МОСКОВСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
2000

Авторский коллектив:

Д. С. Барабаш, журналист; Л.Д. Болотова, канд. истор. наук, доц.; В.В. Гаспарян, канд. истор. наук, доц.; В.Е. Голованов, канд. искусствоведения, доц.; Г.В. Кузнецов, канд. филол. наук, доц.; Е.Г. Кузьмина, канд. истор. наук; В.Н. Левин, журналист; Д.И. Любосветов, канд. истор. наук, доц.; В. В. Смирнов, канд. филол. наук, доц. (Ростовский госуниверситет); И.Н. Тхагушев, канд. филол. наук, доц.; А.А. Шерель, д-р искусствоведения, проф.

В учебнике рассматриваются история, специфические особенности и общественные функции радиовещания, его место в системе средств массовой информации, структура выразительных средств, жанры и формы радиовещательных программ, вопросы методики работы радиожурналиста как в прямом эфире, так и при подготовке передач в звукозаписи, а также типология радиовещательных организаций, сложившаяся в России и за рубежом. Впервые обобщен зарубежный опыт, опыт международного радиовещания и формы и методы изучения радиоаудитории.

Для студентов факультетов и отделений журналистики, практических работников радиовещания.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение

Глава 1. ИСТОРИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО РАДИОВЕЩАНИЯ
Становление радиопрограмм (1921–1927)
Радио тоталитарного государства (1928–1941)
Советское радиовещание в годы Великой Отечественной войны (1941–1945)
Радио тоталитарного государства (продолжение: 1945–1970)
Радио эпохи социального застоя (1970–1985)
Радио «перестройки и гласности» (1985–1991)
Отечественное радиовещание в условиях рынка (1991–1999)

Глава 2. ОСОБЕННОСТИ РАДИО КАК СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
Радиовещание в системе современных каналов коммуникации
Функции радиовещания
Эстетическая основа радиовещания
Технологические и экономические основы радиовещания
Радиовещание и аудитория: особенности контакта

Глава 3. ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА РАДИОЖУРНАЛИСТИКИ
Формообразующие средства радиожурналистики
Стилеобразующие средства радиожурналистики
Документ и обобщение в структуре радиопередач

Глава 4. ЖАНРЫ И ФОРМЫ РАДИОЖУРНАЛИСТИКИ
Понятие о жанре
Информационные жанры
Аналитические жанры
Документально-художественные жанры
Формы радиожурналистики

Глава 5. РАБОТА РАДИОЖУРНАЛИСТА. ОСНОВЫ МЕТОДИКИ
Предварительная подготовка к эфиру
Общение в работе радиожурналиста.
Репортер в прямом эфире
Работа радиожурналиста в экстремальных условиях
Репортер на событии: подготовка к передаче в записи
Работа с режиссером
Ведущий информационно-музыкальной радиостанции

«Авторская программа» и особенности работы над ней
Работа радиожурналиста в пресс-службе
Радиожурналист в зарубежной командировке
Радиожурналист в парламенте

Глава 6. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ СТРУКТУРЫ РАДИОВЕЩАНИЯ И ОСНОВЫ ПРОГРАММИРОВАНИЯ
Типовая структура государственной радиовещательной организации и особенности «тематического планирования»
Организационные структуры информационно-музыкальных радиостанций и принципы их программирования

Глава 7. РАДИОАУДИТОРИЯ И ЕЕ ИЗУЧЕНИЕ
Понятие «аудитория СМИ»
Формы и методы изучения радиоаудитории
Рейтинг передачи

Глава 8. МЕЖДУНАРОДНОЕ РАДИОВЕЩАНИЕ
Становление международного радиовещания
Международные организации радио- и телевещания
Иновещание в России

СПРАВОЧНЫЙ РАЗДЕЛ
Материалы по истории радиовещания
Из истории радио США
Из истории радио Германии
Из истории радио Франции
Из истории радио Великобритании
Из истории радио Канады
Из истории радио Японии
Из истории радио Австралии
Основные даты развития радиотехники
Становление технической базы радиожурналистики в СССР
Становление регулярного вещания в России
Отечественная радиопресса
Форматы коммерческих информационно-музыкальных радиостанций

Словарь терминов радиовещания

Литература

ВВЕДЕНИЕ

Слово «радио» у современного молодого человека четко ассоциируется с обилием музыкально-разговорных программ в диапазонах УКВ-FM. Ведущие – на западный манер именуемые диск-жокеями – непринужденно общаются друг с другом и с радиослушателями, устраивают всевозможные конкурсы, приглашают звонить на радиостудию и дают в эфир телефонные голоса с музыкальными заявками, а то и просто с веселой болтовней. Старшее поколение, услышав такую радиопередачу, ворчит по поводу легкомыслия молодежной субкультуры. В нашей стране радиоречь по традиции всегда была образцом культуры, высокой нормой, эталоном грамотности. Сейчас, к сожалению, эта традиция во многом утрачена.

Молодые могли бы возразить: зато ваше радио было подцензурным. О том, чтобы звонить прямо в эфир, не могло быть и речи, редакторы боялись «крамолы». Да и заявку сразу выполнить при старой технике было невозможно: ни компьютеров, ни лазерных дисков не было на радио всего десять лет назад.

В конце 1999 года широко отмечалось 75-летие регулярного радиовещания в России, это был хороший повод осмыслить прошлое и настоящее нашего радио. Оно было аккомпанементом всей жизни. Страна просыпалась под бой часов кремлевской башни и звуки гимна в эфире, собиралась на работу под бодрые ритмы гимнастики и привычные команды ведущего: «На месте шагом марш! Раз-два-три-четыре... А теперь ноги на ширину плеч, руки на пояс! Начинаем наклоны влево, раз-два, вправо, три-четыре...»

И все это под фортепьяно.

Если спросить бывших советских школьников, какая радиопередача была у них самой нелюбимой, ответят: та, под которую приходилось вставать в зимнюю темень. Это были или гимнастика, или звонкоголосая «Пионерская зорька», где какие-то «ненастоящие дети», по идее – ученики-отличники, бойко рапортовали о своих успехах в учебе и сборе металлолома, о солидарности с угнетенными детьми несчастных капиталистических стран.

Кто-то вспомнит еще обязательную утреннюю декламацию лучших, проверенных дикторов – чтение передовой статьи газеты «Правда», в которой определялось и объявлялось, как надо жить советскому народу и кто сегодня мешает всеобщему счастью.

Были, конечно, и замечательные, любимые передачи, но это уже после возвращения из школы. Например, «Клуб знаменитых капитанов», «Театр у микрофона», радиопостановки рассказов и повестей. Прекрасные, добрые, высококультурные актерские голоса. Словно из иного мира, совсем не из того, где царили утренние дикторы и фальшивые пионеры. Кроме того, днем и вечером в эфире «правили бал» радиопублицисты и международные обозреватели. О чем рассказывали они народу? Вот впечатления писателя Леонида Лиходеева: «Радио гремело в гараже, немереное радио, не знавшее отдыха никогда. Оно учило слесарей воспитывать детей, бороться за мир, пеленать грудных младенцев, распознавать козни империалистов, понимать музыку, добывать уголь, ухаживать за больными, соблюдать этикет, не терять бдительности и красиво ухаживать за дамами».

Небольшие динамики (их называли «репродукторами» или «громкоговорителями») звучали в цехах и конторах, в каждой парикмахерской, а в большом селе на главной площади непременно висел серебристый десятиваттный рупор-«колокольчик», включенный с утра до вечера. На стройках, в парках культуры, на палубах речных трамвайчиков и в купе поездов дальнего следования – везде радио сопровождало советского человека. До широкого распространения магнитофонов и трехпрограммного вещания все радиосредства страны транслировали первую программу из Москвы; на час – полтора в нее могли вклиниваться местные – областные и городские – передачи.

Люди побогаче помимо громкоговорителя имели еще и радиоприемник – большой, как ящик из-под мандаринов, «Урал». Он был наиболее популярным предметом престижного потребления, на нем можно было также прослушивать пластинки. Обтекаемых форм радиоприемник «Балтика», элегантные «Нева» и «Восток»... Скромный жестяной

«АРЗ» и пластмассовый «Москвич» не котировались – у них отсутствовал коротковолновый диапазон.

Радиоприемник в комнате стоял на почетном месте, в красном углу. Уютно светилась шкала, заманчиво мерцал зеленый «кошачий глаз» – индикатор настройки. Хорошие приемники, конечно, были дефицитны, а уж иметь «Ригу-10» с барабанной вертикальной шкалой и мощнейшим динамиком или тяжелую – свыше сорока килограммов – радиолу «Мир», сиявшую огоньками, как новогодняя елка, было пределом мечтаний.

И у «Мира», и у «Минска», и у «Балтики», не говоря о более дешевых приемниках, еще на заводе «обрезали» коротковолновые диапазоны, обычные для всего мира 16 и 19 м. Наш, советский, эфир начинался с 25 м, да и то приемники были слегка недорегулированы, чтобы люди не слушали «вражьи голоса». Специальные генераторы помех безустанно наполняли эфир, добросовестно заглушая передачи «Голоса Америки», Би-би-си, «Немецкой волны». В периоды разрядки международной напряженности и заигрывания с Западом эти станции вдруг начинали звучать четко – так, по Би-би-си народ слышал полный текст «секретного» доклада Н.С. Хрущева, который на XX съезде КПСС при закрытых дверях рассказал кое-что о преступлениях сталинского режима.

«Свободу» глушили всегда. Эта радиостанция «бывших» советских людей, «изменников Родины» считалась наиболее вредоносной, поскольку не сковывала себя государственной принадлежностью. Светлана Аллилуева и Абдурахман Авторханов, Андрей Амальрик и Александр Солженицын приходили к нам в дом по волнам «Свободы». По ночам чужеземный сигнал все же пробивался сквозь «глушилки», любознательной части населения удавалось что-то выловить из эфира даже без переделок радиоприемников и приставок к ним, компенсирующих «обрезание» диапазонов.

Вот в такой социально-исторической ситуации, еще до пришествия телевизоров, автору этого предисловия были выданы переносной магнитофон в виде железного сундука с двумя ручками и удостоверение собственного корреспондента облрадио по Куйбышевгидрострою.

Учебники пишутся, как известно, не от первого лица. Они содержат некий свод истин, имеющих нормативное значение. Книга, которую вы держите в руках, не исключение. Обращением же к личному опыту в предисловии мне хочется наглядно показать, как изменилось радио на протяжении одной не слишком длинной человеческой жизни в XX веке. Читателю предлагается спроецировать эти перемены на будущее – ведь радио не перестало развиваться. Кто знает, чем еще обернется оно, оставаясь верным своей, описанной в этом учебнике, основе?

Например, кто бы мог подумать, что в самом конце XX века возродится интерес к проводному вещанию, к кухонной радиорозетке, считавшейся пережитком тоталитарной пропаганды? В новогоднем номере «Литературной газеты» за январь 1999 года читаем: «Выяснилось, что проводное вещание – это жутко перспективно и современно, что по проводам можно гнать звук такого качества, какое не снилось ни одной FM'овской станции. Перспективы, открывающиеся перед кабельным радио, сладки и заманчивы...» Спутниковое цифровое радио рекламируется как грядущая революция в вещании.

Зайдем в одну из лабораторий факультета журналистики МГУ, где есть хорошие принтеры и компьютеры с модемом. У многих студентов такая техника имеется сегодня и дома, для них виртуальное пространство так же привычно, как и коротковолновый эфир для предыдущих поколений. Казалось бы, что общего между тем и другим?

Набираем интернетовский адрес «Радио Свобода», ищем нужный текст. Допустим, вышли в эфир десять передач «По следам Джона Стейнбека», а вы не смогли прослушать их все. Теперь с помощью Интернета можете прочитать пропущенное, можете распечатать полный текст. Не это ли имел в виду мастер коммунистической пропаганды Владимир Ульянов-Ленин, мечтая о газете без бумаги и без расстояний? Разумеется, вождь мирового пролетариата мечтал лишь о такой радиогазете, которая будет подвластна его идеям. Пролетарии всех стран могли «соединяться» лишь под строгим надзором компартии.

Свобода печати, согласно Ленину, выгодна только буржуазии. А в Интернете абонент получил свободу выбора источников информации. И пока вы читали этот абзац, его лазерный принтер уже отпечатал первые страницы радиоочерка «Свободы» о том, как верные ленинцы-сталинцы лихо дурачили знаменитого писателя, посетившего СССР в 1947 году.

Сегодняшний радиожурналист повторил маршрут Стейнбека и создал 10 радиоочерков по 50 минут каждый. «Свобода» повторяла их не раз. А на нашем отечественном радио за последние годы не стало очерков. Радиокоммерсанты считают этот жанр несовременным, устаревшим, невыгодным. Отчего же на «Свободе" он процветает? Почему мы опять обращаемся к зарубежным радиоголосам, чтобы получить то, чего не услышишь по отечественному радио? Правда, обращаемся теперь не таясь...

Вот как сплелись в нашей профессии прошлое, настоящее, надежды на будущее. Пусть никогда новые поколения не услышат мерзкий вой глушилок, пусть слушающий любое радио не боится доносчиков. Хорошо, что в Москве работает бюро «Радио Свобода», а в Париже через Интернет слушают «Эхо Москвы».

Но впервые свободу выбора информации дал нам все-таки коротковолновый радиоэфир.

Когда автор этих строк получил удостоверение радиокорреспондента и профессиональный магнитофон, сделанный из броне-листа на одном из военных заводов города Горького, было ему двадцать лет. Но опыт радиослушателя сложился уже основательный. В блокадном Ленинграде радиоточка – черный бумажный конус в железном ободке – была главным средством связи с окружающим миром. По радио объявлялись воздушные тревоги. Вещание начиналось песней «Вставай, страна огромная, вставай на смертный бой...». Диктор Юрий Левитан раскатисто читал сводки «От Советского Информбюро», а затем и победные приказы Верховного Главнокомандующего. Навсегда вошли в душу песни военных лет – те самые «старые песни о главном». Ближе к концу войны из черной тарелки неслись еще и «песни британских и американских союзников»: «Мы летим, ковыляя во мгле...», «Зашел я в чудный кабачок...» Правда, через несколько лет Московское радио объяснило нам, что никакие они не союзники, а совсем наоборот – хищные империалисты.

В 1948 году опустился «железный занавес», угрожающе зазвучали песни о борьбе за мир. Но вернувшиеся с войны офицеры и солдаты ввезли в страну трофейную радиотехнику. У нас дома был 6-ламповый приемник «Филипс». Тут и открылся настоящий мир радио, и зазвучал в нашей комнате разноязыкий земной шар. Идеологический занавес не мог остановить радиоволн. Вместо «Пионерской зорьки» утром можно было послушать оркестр Глена Миллера и новости из Лондона. На каждом миллиметре шкалы настройки теснились голоса и мелодии, расширяя диапазон мировоззрения.

Воспоминания о послевоенном КВ-радио можно встретить в мемуарах многих наших современников. Комиссионный магазин на Садовом кольце в Москве, куда дипломаты и разведчики сдавали избыток японской аппаратуры, появился значительно позднее. Транзисторные «Сони» и чемоданоподобные «Грундиг-сателлиты» советские люди покупали за огромные деньги именно ради полноценных КВ-диапазонов и нормальной чувствительности, избирательности, помогающих избавиться от «глушилок». Диапазон FM на территории СССР глухо молчал, а наш доморощенный отрезок УКВ зарубежные приемники не брали. УКВ дублировал те же первую программу и «Маяк». Запрещенными были Высоцкий и Галич, очень редко в строгую систему соцреализма удавалось вклиниться «недостаточно оптимистичным» Окуджаве, Визбору, Кукину. «А я еду, а я еду за туманом...» – грусть навевает. Ехать надо не за туманом, а по зову партии: «Едем мы, друзья, в дальние края, станем новоселами и ты, и я!»

Каким же образом в этой системе работали молодые журналисты?

Кроме удостоверения и 80-килограммового магнитофона была мне выдана в 1958 году книга «В помощь собственным корреспондентам». Последняя глава ее называлась «Опыт бестекстовой записи», но мой предшественник на журналистском посту сказал мне, что это читать не надо, что это выдумки лентяев, не желающих работать над текстами выступлений начальников и передовиков производства. Надо ли говорить, что чтение книги я начал именно с этой главы?

Тогда в разгаре была хрущевская «оттепель», входила в моду «задушевная пропаганда» – все о том же, но своими словами. В этом странном жанре мною были, вероятно, достигнуты некоторые успехи, поскольку Москва стала даже командировать меня в сопредельные области и республики. Почетную грамоту дали за получасовую передачу о том, как Удмуртия готовится к XXIII съезду КПСС. Были у меня в эфире и задушевный большой начальник, и разные звуковые эффекты. Путешествие на новом ИЖе – мотоцикле и на ИЖе – автомобиле, которого никто еще не видел (и так и не увидел), писк особо плоского транзисторного приемника («подарок съезду») и неторопливые, под звук часов-ходиков, воспоминания кавалерист-девицы, героини войны начала века Антонины Пальшиной, выдавшей себя когда-то за парня Антошку...

Как я присоседил ее к съезду КПСС? На свете нет двух вещей, которые нельзя было бы связать при помощи третьей. Сын Пальшиной трудился на космодроме Байконур. После моей передачи народную героиню переселили из барака в приличную квартиру.

Бывало, сидишь у приемника, вертишь ручку-настройку, а твой голос звучит на всех диапазонах («Для себя ничего нам не надо, лишь бы голос звучал в тишине, и на длинной звучал, и на средней, и на самой короткой волне...» – была такая песня у радиокорреспондентов). Послушаешь по главной программе страны свои репортажи, да и поворачиваешь ручку на любимую волну «Свободы».

В свое время академик Андрей Сахаров призывал брать все лучшее и от социализма, и от капитализма, способствуя сближению сторон. Но мечты о «социализме с человеческим лицом» показались властям опаснее, чем прямая антисоветчина, и были раздавлены танковыми гусеницами в Праге 1968 года. Тогда была закрыта и «задушевная пропаганда», личности в эфире более не требовались. Но «глоток свободы» наше поколение успело получить.

В освоении радиожурналистики, как и любой другой профессии, исключительно важны предшественники. Моими учителями в эфире были всем известные в те годы радиорепортеры Юрий Гальперин, Константин Ретинский, Юрий Летунов – слушал, и учился, и подражал им, и не скрываю этого. Высшее мастерство демонстрировали работники Куйбышевского радио – в годы войны Москва вещала из Куйбышева, традиции оставались. На наших «летучках» шли подробнейшие разборы передач, звучавших в эфире, споры по поводу уместности каждой фразы, эпитета, «зачина» и концовки.

В начале 70-х годов к нам в МГУ на кафедру телевидения и радиовещания попало кое-что из тех чемоданов секретной документации «Радио Свобода», что привезли в Москву внедренные в Мюнхен советские агенты. Я читал студентам меморандум руководства РС от 19 января 1971 года. Журналистам строго предписывалось следующее:

«Несмотря на то, что наша аудитория состоит из слушателей с образованием выше среднего, предпочитающих информацию и идеи больше, чем развлечение, мы не можем ожидать, что они будут настраивать свой аппарат на прием "Радио Свобода", если наши программы будут скучны, многословны, трудны для понимания. Нижеследующие "надо" и "нельзя" являются выводом из ряда предложений улучшения техники изложения, выдвинутых сотрудниками РС.

1. Текст "Радио Свобода" должен выявлять способность автора ясно думать. Аргументы, которые он хочет привести в подтверждение своей точки зрения, должны быть простыми и ясными и убедительно приводить к заключительному выводу. Логично построенное предложение позволяет сделать вывод самому слушателю.

2. Избегайте сложного синтаксиса, цветистого стиля, злоупотребления эпитетами, придаточными предложениями. Пишите, как вы говорите – *говорите,* а не ораторствуйте. Очень важно придерживаться разговорного стиля.

3. Повторяйте ключевые слова, употребляйте простые выражения, помогая этим слушателю понять вас. Забудьте о слове "текст" и замените его словом "разговор", поскольку вы пишете для слуха, а не для глаза.

4. Пользуйтесь фразами различной длины, но в ритме абзаца. Ритм важен. Для сохранения правильного на слух ритма изложения целесообразно прочесть вслух написанное.

5. Никогда не считайте, что слушатель имел возможность прослушать другие передачи вашей серии. Каждый текст должен быть самостоятелен. Писатель Г. Беллок сказал: сперва я говорю им, что я хочу им сказать; затем я говорю им это; и потом я говорю им, что я сказал. Хотя это и кажется повторением, но это разумный принцип для радиопередач.

6. В передаче должно быть минимальное количество тем, идеально только одна – иначе легко привести слушателя в замешательство.

7. В тоне и манере передач не должно быть никакой злобы. Дружелюбие – это ключ к взаимопониманию, и оно должно проводиться по отношению к слушателю во всех передачах. Авторы должны представлять себя собеседниками в гостях у каждого отдельного слушателя.

8. Авторам и дикторам следует считать, что слушатели так же интеллигентны, как и они сами, и единственная разница между пишущим и слушающим состоит в том, что первый имеет доступ к большей информации, чем второй.

9. Обращайтесь к одному слушателю, самое большее к двум или трем, а не к толпе. Не читайте лекций и не произносите речей.

10. Следует всегда принимать во внимание, что среди наших слушателей есть люди различных взглядов и убеждений: противники режима, члены партии, лица с неопределившимися политическими взглядами, верующие, атеисты и так далее. В тексте не должно предполагаться, что слушатель непременно разделяет наши убеждения. Он может и не быть согласен с тем, что "коммунизм плох", что кремлевские правители бездарны и глупы, что советская система не годится и т.п. Авторы должны давать возможность слушателям составить свое мнение посредством той информации, которую мы им сообщаем.

11. Дружелюбность к слушателю требует живости. Большинство тем РС серьезны и требуют серьезного подхода, и тем не менее следует помнить, что, если это уместно, юмор может оживить разговор и помочь установить лучший контакт. Юмор никогда не должен переходить в насмешку над советской политикой и бытом советских граждан.

12. Тексты должны переходить от частного к общему».

Читал я это и думал: а ведь то же самое говорим и мы на редакционных летучках. Те же требования простоты и ясности стиля. Тот же протест против «цветистых» оборотов речи, когда не о слушателях думает человек, а о том, чтобы себя показать как «продвинутого» литератора и мыслителя. А как актуально напоминание о том, что не все слушатели разделяют наши убеждения!

Видимо, опытные журналисты во всем мире приходят к одним и тем же профессиональным принципам и приемам работы. Радиоэфир един, законы восприятия аудиосообщения также имеют общую основу, хотя, конечно, надо учитывать особенности мировоззрения и мышления, культурные традиции той среды, куда направлено ваше радиообращение. Обо всем этом достаточно подробно рассказано на страницах учебника.

* * *

Предлагаемый учебник написан в соответствии с программой лекционного курса «Основы радиожурналистики», читаемого на факультетах и отделениях журналистики государственных университетов. Наряду с курсами по методике, а также спецкурсами и спецсеминарами по отдельным – общим и локальным – проблемам современного

радиовещания данный учебный курс сообщает прежде всего ряд теоретических положений науки о радиожурналистике – комплекса знаний, который возник и сформировался в результате осмысления практики вещания.

Принципы историко-теоретического подхода к обобщению опыта радиовещания обусловили структуру учебника, композицию отдельных его разделов и анализ конкретных фактов в их неразрывной связи с историей страны и эволюцией ее средств массовой информации, с эстетикой, социологией и психологией.

Читатель найдет в учебнике материалы по истории отечественного вещания, сведения о природе и особенностях радио как средства массовой информации, о жанрах радиожурналистики и комплексе ее выразительных средств, об основах организации вещания и принципах формирования производственно-технической базы, о закономерностях программирования. Специальные разделы посвящены методике работы радиожурналиста как в прямом эфире, так и при подготовке программы в звукозаписи, анализу радиоаудитории, методам и формам ее изучения; отдельный раздел учебника составляют материалы о международном радиовещании, а также об истории и современной практике массового вещания в наиболее развитых странах мира.

Этот учебник принципиально отличается от всех предыдущих аналогичных изданий, так как принципиально изменились не только условия существования СМИ в России, но и сами условия жизни, политические, экономические, социальные и нравственные основы общества.

Сегодня все радиовещание поделено в соответствии с двумя видами собственности – государственной и частной. Многие годы это казалось абсолютно невозможным. Монополия государства на эфир была стопроцентной. К концу же 90-х годов государство контролировало менее 10% общего времени вещания. Возникло четыре вида вещания (если делить по признаку собственности):

– государственное;

– коммерческое (частное);

– муниципальное;

– общественных организаций (в том числе религиозное).

При этом анализ реальной практики вещания за 10 лет (с 1989 – начала процесса демонополизации эфира – по 1999) дает основание к такому выводу: муниципальные станции по всей стране неизбежно поглощаются теми или иными частными коммерческими структурами, которые в сферу своих интересов включают и радиобизнес.

Есть основание предполагать, что этот процесс также неуклонно, хотя и в меньшей степени, касается общественных радиостанций. Соответственно меняются и традиционная радиожурналистика, ее организационно-творческие принципы, иногда и ценностная ориентация, приемы, методы, технология радиопроизводства. Во многом они разнонаправлены – эти принципиально разные по собственности станции и сети. Но правомерно также сказать, что они активно влияют друг на друга, ибо имеют одни общие профессиональные, психологические и технологические корни. Поэтому разнообразные аспекты современного радиовещания мы рассматриваем в сумме общих принципов радиопроизводства, разумеется, обращая при этом внимание на специфику работы в тех или иных условиях.

В связи с этим перед коллективом авторов остро встал вопрос о традициях радиовещания, накопленных в течение тех семи десятилетий, когда оно полностью было государственным. Для профессионалов нескольких поколений эта проблема болезненная, ибо выходит далеко за рамки сугубо журналистских творческих, организационных и нравственных аспектов.

Сегодня уже ни у кого не вызывает сомнения, что лучшие традиции государственного радио весьма ценны, ибо связаны с именами блестящих мастеров – репортеров и публицистов, актеров и режиссеров, музыкантов и поэтов, с великой литературой, замечательными театральными спектаклями, умными и добрыми передачами для детей.

У микрофона советского радио и для него работали превосходные журналисты. Лучшие традиции отечественного радио связаны с именами подлинно великих представителей разных видов искусств XX века. Все это по праву считается национальным достоянием России.

Но есть и другая сторона – привычка к интеллектуальному и материальному иждивенчеству, страх перед ответственностью, творческая ограниченность, воспитанные доктриной пресловутой «партийности», т.е. бездумного подчинения очередным распоряжениям начальства. От этих «традиций», к сожалению, никуда не уйти, они оказали и до сих пор оказывают большое влияние на весь процесс создания радиопрограмм.

Партия и государство создавали структуру подчинения, в которой радио являлось одним из главных способов формирования мировоззрения, оно само было абсолютно отлаженным механизмом. Гарантировалось это ограничением инициативы исполнителей.

После 1991 года, когда вместе с общественно-политической ситуацией в России начал стремительно меняться и радиоэфир, далеко не все радиожурналисты, особенно старшего поколения, сориентировались в новых реалиях. Понадобилась серьезная ревизия: какие основы профессии остались незыблемыми, а что из нашего опыта закономерно отправляется на свалку истории. Уже невозможно бездумно повторять многие положения из старых книг, но нельзя и выплескивать с мутной водой живое – человечность и дружелюбие, добрый юмор, наконец, безукоризненное владение родной речью. «Не реформировать общество, а информировать его» – таков современный подход к журналистике. Но любая информация, любой поток истины окрашены человеческими эмоциями, что и дает широкие возможности для творчества, разумеется, в рамках профессиональных норм.

Георгий Кузнецов
заведующий кафедрой телевидения и радиовещания
факультета журналистики МГУ

* * *

Этот учебник – результат коллективной работы кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. Работа над конкретными разделами текста распределилась следующим образом:

гл. 1 – Н.С. Барабаш, Л.Д. Болотова, А.А. Шерель;

гл. 2 – Н.С. Барабаш, Г.В. Кузнецов, Д.И. Любосветов, И.Н. Тхагушев, А.А. Шерель;

гл. 3 – А.А. Шерель;

гл. 4 – Л.Д. Болотова, Г.В. Кузнецов, В.В. Смирнов, А.А. Шерель;

гл. 5 – Н.С. Барабаш, Л.Д. Болотова, В.В. Гаспарян, В.Н. Левин, И.Н. Тхагушев, В.Л. Цвик, А.А. Шерель;

гл. 6 – Н.С. Барабаш, А.А. Шерель;

гл. 7 – С.В. Беляев, В.И. Коробицын, И.Н. Тхагушев, А.А. Шерель;

гл. 8 – Л.Д. Болотова, В.Е. Голованов.

В работе над справочным отделом принимали участие Н.С. Барабаш, Л.Д. Болотова, В.Е. Голованов, Г.В. Кузнецов, Н.Г. Куликов, В.Г. Маковеев, С.А. Муратов, А.А. Шерель, О.С. Шерель, М.А. Штудинер. Использованы материалы по истории радиотехники, собранные В.К. Марченковым и В.А. Урваловым в книге «100 лет радио» (М., 1995).

Библиография составлена Е.Г. Кузьминой.

Авторский коллектив выражает признательность проф. Я.Н. Засурскому за внимательное отношение и дружеские советы на всех этапах работы над книгой.

Мы выражаем также благодарность кандидату исторических наук Т.М. Горяевой за разработку материалов источниковедческого характера, которые составили сборник «История советского радиовещания: Документы. Тексты. Воспоминания», выпущенный издательством МГУ под редакцией Я.Н. Засурского и А.А. Шереля. В работе над разделом

об истории отечественного радио авторы в значительной степени опирались на собранные ею архивные документы.

Просим принять также искреннюю благодарность кандидата философских наук А.И. Гагаркина и кандидата философских наук Б.А. Брацыло, которые в течение многих лет руководили редакциями художественного вещания Гостелерадио и Социологической службой Гостелерадио. Их наблюдения и разработки были крайне полезны и плодотворны в процессе работы над учебником.

Авторский коллектив выражает признательность С.В. Беляеву, П.С. Гуревичу, Р.Д. Ильиной, В.И. Коробицыну, Л.А. Кругловой, В.А. Сухаревой, В.Л. Цвику за предоставленные материалы; А.И. Ахтырскому, проф. В.М. Горохову, Б.И. Любимову, А.Г. Кач-каевой, проф. Р.П. Овсепяну, а также проф. В.Н. Ружникову и проф. А.Я. Юровскому за чрезвычайно ценные замечания, высказанные ими в процессе работы над рукописью учебника и подготовки его к печати. Мы признательны ректору Всероссийского института повышения квалификации работников ТВ и радио проф. В.В. Егорову, заведующему отделом художественных проблем СМК Государственного института искусствознания проф. А.С. Вартанову и президенту отделения электронных СМИ Международной академии информатизации В.Г. Маковееву за советы и рекомендации. И, наконец, считаем своим долгом выразить благодарность нашим юным коллегам О.С. Шерель и Н.Г. Куликову, которые взяли на себя большой труд по технической подготовке рукописи к печати.

ГЛАВА 1

ИСТОРИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО РАДИОВЕЩАНИЯ

Становление радиопрограмм (1921–1927)

Отечественное радиовещание имеет богатую и сложную историю. По вопросу о конкретной дате начала массового вещания в России мнения расходятся.

12 октября 1924 года начались ежедневные передачи московской радиостанции имени АС. Попова (Сокольническая радиостанция).

23 ноября того же года открылись регулярные радиопрограммы станции имени Коминтерна. Существуют различные аргументы в защиту каждой из указанных дат как времени начала массового радиовещания.

Нельзя забывать и о более ранних радиотелефонных передачах, обращенных к массовой аудитории. К весне 1921 года инженерами Казанской базы радиоформирований (военно-техническая база типа арсенала) был сконструирован усилитель, благодаря которому разговор по телефону можно было передать через рупор наподобие граммофонной трубы. Такие рупоры были установлены на двух площадях Казани 1 мая 1921 года, и через них передавались тексты газетных статей. Об этом 7 мая 1921 года московские газеты напечатали информацию РОСТА (Российское телеграфное агентство) в подборке сообщений о праздновании Первого мая на местах. В тот же день правительство запросило письменный отчет о работе в области радиотелефонии и выступило с предложением распространить казанский опыт на Москву и Петроград.

С 28 мая по 1 июня 1921 года громкоговорящая радиотелефонная установка была испытана в Москве: рупоры установили на балконе здания Моссовета, а 17 июня передачи Центральной радиотелефонной станции начали транслировать на шести площадях Москвы. Их содержание составляли телеграммы РОСТА, материалы из газет, а также лекции и доклады, подготовленные специально для передач из студии, оборудованной на Центральной радиотелефонной станции.

Таким образом, первыми в истории отечественного радиовещания передачами, обращенными к массовой аудитории, правомерно считать вещательные программы вербального характера, выпускаемые в свет с 22 июня 1921 года регулярно и ежедневно (с 21 до 23 часов, за исключением ненастных дней). Они несли в себе контуры современной радиопрограммы, составленной как комплекс сообщений, разнохарактерных по содержанию и структуре.

Однако необходимо уточнение, касающееся изобретателей радио – А.С. Попова в России и Г. Маркони в Италии. Будучи первооткрывателями средства связи, никакого средства массовой информации и культуры они не изобрели. Этот факт никоим образом не умаляет исторического значения их технического открытия.

25 апреля (7 мая) 1895 года русский ученый А.С. Попов выступил с научным докладом и демонстрацией прибора, который был назван "грозоотметчиком". В заключение ученый выразил надежду, что этот прибор в будущем может быть применен для передачи сигнала на расстояние без проводов.

Уже в марте 1896 года А.С. Попов продемонстрировал свое открытие на практике, передав первую в мире радиограмму, состоявшую из двух слов: "Генрих Герц". Имя

гениального физика, чьи работы легли в основу изобретения Попова, было передано на расстояние 250 м азбукой Морзе.

В этом же году итальянский ученый и предприниматель Гульельмо Маркони получил патент от английского правительства на такое же изобретение. Попов по настоянию военно-морского ведомства свой прибор не патентовал – его изобретение засекретили.

В течение всего XX века идут бесплодные споры о том, кому принадлежит первенство – А. Попову или Г. Маркони. Изучение исторических обстоятельств и документов, свободное от политических и пропагандистских целей, дает основание поддержать мысль об автономности исследований А. Попова и Г. Маркони, совпавших по времени с новым этапом технического прогресса на рубеже XIX и XX веков.

К сожалению, в России изобретение Попова в течение длительного времени использовалось главным образом в военных целях, тогда как работы Маркони привлекли к радиотелеграфии внимание широких деловых кругов, благодаря чему получили хорошие материальные возможности для развития. Уже в 1901 году Маркони осуществил радиосвязь через Атлантический океан. За работы в области радиотехники в 1909 году он был удостоен Нобелевской премии.

В историю радиовещания правомерно включить и опыты телефонии – системы передачи человеческой речи по проводам.

Изобретенный в 1876 году американским профессором Александром Беллом телефонный аппарат использовался в Америке и в России для экспериментальных попыток передавать с его помощью оперные спектакли прямо со сцены театра (в расчете, разумеется, на крайне ограниченное число абонентов-слушателей). Предполагая будущие возможности телефона как средства массовой коммуникации, великий русский сатирик М.Е. Салтыков-Щедрин в 1886 году в цикле рассказов "Мелочи науки" описывал эти перспективы с учетом качества преподавания в провинциальных гимназиях: "Набрать бы в центре отборных и вполне подходящих к уровню современных требований педагогов, которые и распространяли бы по телефону свет знаний по лицу вселенной, а на местах держать только туторов (воспитателей. – *Ред.),* которые наблюдали бы, чтобы ученики не повесничали..."

В усовершенствованном виде радиотелефония существует и сегодня как важная составляющая технической базы современного массового вещания. До сих пор значительная часть аудитории (по крайней мере, в нашей стране) слушает программы радио, передаваемые по проводам, а не через эфир.

Что же касается собственно радио, то еще много лет спустя после первого сеанса связи в эфире звучали только точки и тире азбуки Морзе. Голос человека по радио в России прозвучал впервые лишь в 1919 году – это был голос дежурного инженера Нижегородской радиолаборатории, его слова слушали в Москве и Петрограде. Таким образом, техническое возникновение радиоканала как средства связи и появление нового вида творческой деятельности – "у микрофона" – есть по сути своей два самостоятельных процесса, не совпадающих по времени.

Между тем в качестве технического коммуникационного канала, способного выполнять и просветительско-пропагандистские задачи, радио заявило себя еще на стадии использования "точек и тире" Самуэля Морзе. Однако важно заметить, что радиотелеграф в этом свойстве был не автономным средством массовой информации, а составил звено в информационно-пропагандистской цепочке – так в 1914–1917 годах из Зимнего дворца передавали сообщения высшего руководства страны, распоряжения царя и правительства, имевшие политико-воспитательное значение, – радиограммы шли на все фронты, где полевые типографии печатали их содержание в листовках и в военных газетах. По той же схеме распространялись отдельные постановления и декреты Советского правительства.

"Радиовестник РОСТА" в 1918–1921 годы включал разнообразную информацию – от оперативных сводок до фельетонов на бытовые темы. В первые годы Советской власти он был основным поставщиком материалов для местной прессы.

В текстах этого своеобразного "издания" можно увидеть начальные признаки будущего вещания. Его авторы из-за необходимости быть максимально лаконичными (все-таки телеграф!) в изложении материалов стремились к простоте композиции и отбору лексики, избегали употребления метафор, сложных лексических конструкций и т.п. – всего, что позже будет мешать "восприятию на слух". Но это еще только предыстория вещания.

Экспериментальное массовое вещание в России, как, впрочем, и в других странах, начиналось не с политических, а с литературно-художественных программ – радиоконцертов. 17 сентября 1922 года первый в стране радиоконцерт был передан Центральной радиотелефонной станцией в Москве: в эфире звучала русская музыка (Чайковский, Бородин и Римский-Корсаков) в исполнении выдающихся мастеров Большого театра – певицы Н.А. Обуховой, флейтиста А.И. Ларина и скрипача Б.О. Сибора.

Подобные концерты стали звучать относительно регулярно с сентября 1923 года. Возник огромный интерес к радиопередачам и радиолюбительству у населения: при клубах, школах, в вузах начали открываться радиокружки, появился радиоприемник "Кристадин", сконструированный инженером О.В. Лосевым. Аппарат произвел сенсацию: он был компактен, удобен и достаточно прост, им можно было пользоваться без специальной технической подготовки. К тому же был рассчитан на работу не только в общественных местах, но и в домашних условиях.

Особенности первого периода радиовещания вытекают прежде всего из специфики тех задач, которые стояли перед принципиально новым средством массовой информации. В первую очередь эти задачи определялись реальными политическими, социальными и экономическими условиями жизни страны. Это развал экономики, отсутствие прочной и быстрой связи центра с районами республики, но более всего – поголовная неграмотность двух "правящих классов" – рабочих и крестьян, которым были обещаны неограниченные права и обязанности в управлении государством, а следовательно, и неограниченные возможности своего политического и культурного развития. Согласно официально объявленной доктрине рост политического самосознания трудящихся масс был невозможен без хорошо отлаженной информированности этих самых масс обо всех важнейших событиях в стране и за рубежом. Но печатные каналы информации и пропаганды в то время были не в состоянии удовлетворить потребности страны.

В 1921 году самое массовое печатное издание "Известия ЦИК и ВЦИК" выходило тиражом 350 тыс. экземпляров. Высшая тогда инстанция – партийный съезд – была крайне озабочена тем, что состояние прессы характеризуют не только "резкое сокращение качества газет и уменьшение тиража вследствие отсутствия денежных средств, недостатка и дороговизны бумаги, чрезмерности типографских расходов...", но и "полная неналаженность аппарата распространения".

В этих условиях радио было призвано не просто дополнять прессу, но выполнять своеобразную функцию замещения ее обязанностей в системе информации. При этом ценность оперативной информации умножалась на возможность массового охвата ею широких кругов населения. "Вся Россия будет слушать газету, читаемую в Москве", – объявил В.И. Ленин.

Таким образом, форма газеты по радио как основного вида радиосообщений первого периода общественно-политического вещания порождена не примитивным представлением о возможностях нового канала информации и пропаганды (что в принципе было бы логичным в начальный период его освоения), но выдвинутыми властью требованиями к радио.

Позиция В.И. Ленина, выделившая в делах агитации, пропаганды, просвещения и организации масс радио как "газету без бумаги и без расстояний", по его убеждению, должна была помочь только что родившемуся радиовещанию познать самое себя в условиях еще крайне ограниченных технических средств.

Позднее окажется, что такой подход на практике сужает возможности вещания, и радио выберет совсем иной путь развития.

Между тем "взрыв" радиолюбительства давал свои плоды: самодельные приемные устройства плодились с фантастической быстротой и настойчивостью. В октябре 1922 года, к примеру, "Правда" писала, что к ноябрьским торжествам во всех уездных (!) городах Черниговской губернии будут установлены радиоприемники, изготовленные местными радиолюбителями кустарным способом. Надо было вводить всю эту стихию в какое-то законное русло, и Совнарком принимает два постановления, чрезвычайно важных для развития массового вещания в стране.

Сначала, 4 июля 1923 года, – "Декрет о радиостанциях специального назначения", позволяющий всем государственным, профессиональным, партийным и общественным учреждениям и организациям сооружать и эксплуатировать приемные радиостанции. Затем, 28 июля 1924 года, – Декрет СНК СССР, которым разрешалось всем гражданам СССР иметь радиоприемники, покупать их в магазинах, конструировать самим и вообще пользоваться ими в свое удовольствие и по собственному же усмотрению.

К этому времени и возможности для экспериментов с вещательными программами на главной советской радиостанции им. Коминтерна увеличились: к концу 1923 года были восстановлены разрушенные в годы войны телефонные и телеграфные линии, связывающие Москву с различными районами страны, и значительная часть нагрузки с радиосвязи перешла на проводную связь, высвободились часы для опытов "радиофанатиков". Впрочем, теперь они имели официальное название – инициативная группа "Радиомузыка" при Наркомпочтеле СССР, в обязанности которой вменялось "создание концерта по радио путем проведения лабораторно-музыкальных занятий".

К этому времени стала совершенно очевидной необходимость организационно-административной структуры, которая взяла бы на себя централизованную заботу о развитии радиодела в стране.

Организация "Радио для всех" (акционерное общество для широкого вещания по радио) была создана 1 октября 1924 года; учредителями ее явились Трест заводов слабых токов, РОСТА и Наркомпочтель. Первоначально к числу функций нового общества относились в основном вопросы радиостроительства: развитие радиопередающей и радиоприемной сети, популяризация идей радиолюбительства, проведение лекций, выпуск периодических изданий. Однако устав общества, утвержденный 1 декабря 1924 года постановлением Совета труда и обороны, предусматривал расширение обязанностей общества, относя к его важнейшим задачам организацию вещания. Общество стало называться "Радиопередача". Председателем его правления был назначен старый большевик А.В. Шотман.

В Уставе "Радиопередачи" говорилось, что общество имеет право: а) устраивать, приобретать, арендовать, эксплуатировать и передавать в аренду различного рода приемные радиостанции и радиоустановки, предназначенные для широковещания; б) осуществлять при посредстве радиостанций передачу и прием публичных лекций, докладов, информации, концертов, разного рода сведений, рекламы и коммерческих объявлений; в) выпускать всякого рода руководства, брошюры, программы и издания, относящиеся к роду деятельности общества.

С февраля 1925 года общество стало выпускать еженедельную газету "Новости радио" – первую и в то время единственную в мире специальную газету, посвященную радиопрограммам и технике радио. "Радиопередача" провела большую работу по созданию регулярного программированного вещания. В короткий срок оно сумело обеспечить переход от отдельных, эпизодических передач к регулярным, которые шли в эфир по ежедневному постоянному расписанию.

Строительство станций, передающей и приемной радиосети велось быстрыми темпами. Об этом наглядно говорят следующие статистические данные: в 1924 году существовало 10 таких станций, в 1926 – 48, а в 1928 – 65. К началу 1928 года вещанием уже была охвачена территория в 2 млн. 940 тыс. км^2. Число радиослушателей возросло до нескольких миллионов.

Наиболее крупными радиостанциями в этот период были Центральная радиовещательная станция имени Коминтерна и Сокольническая станция имени А.С. Попова в Москве. Все больший размах получало строительство радиосетей в республиках и национальных районах: на Украине, в Белоруссии, Закавказье, Средней Азии, Татарии, Башкирии, Карелии.

Вполне естественен вопрос: почему руководство партии и государства, возглавляемое И.В. Сталиным, передоверило управление столь мощным средством просвещения, агитации и пропаганды частным лицам? И это в то время, когда уже совершенно очевидно намечался курс на создание тоталитарного государства, а соответственно и установление жесточайшего идеологического контроля над каждым человеком.

Здесь следует сказать о том, что лично И.В. Сталин и его ближайшее окружение явно недооценивали возможности радио. Стратегия и тактика большевизма приучили всех участников движения к важности прежде всего газетных изданий. Традиционно в состав руководящих инстанций партийной власти – от Центрального Комитета до райкомов и парткомов на предприятиях – включались редакторы печатных изданий соответствующего уровня (редактор общероссийской газеты был членом ЦК, городской – губкома-обкома-райкома и т.д.). Система партийной печати была отработана, и радио достаточно длительное время рассматривалось в структуре агитационно-пропагандистского арсенала лишь как дополнительное оружие.

Но это не значило, что партия вообще не обращала внимания на процесс становления программ радиовещания.

В июне 1925 года при агитпропе ЦК партии была создана Радиокомиссия; она должна была осуществлять повседневное идейно-политическое руководство радиовещанием, координацию всей работы по использованию радио. В ноябре того же года Радиокомиссией был заслушан отчет общества "Радиопередача". В постановлении говорилось: «Основными задачами "Радиопередачи" признаны: 1) организация агитационного и культурно-просветительного широковещания с устройством необходимых установок как передающих, так и приемных и 2) радиофикация Деревни. Для усиления политической радиоагитации признано необходимым установление более тесной связи культотдела "Радиопередачи" с отделом агитации агитпропа ЦК».

В системе вещательных программ, которые готовила "Радиопередача", информационно-пропагандистские задачи в первую очередь выполняли радиогазеты.

Первая "Радиогазета РОСТА" вышла в эфир в воскресенье 23 ноября 1924 года. По своей структуре она была звуковой копией печатного издания, которое читатели получили спустя два дня. По понедельникам газеты не выходили, и информация, переданная по радио, опережала их на два дня. Эта опережающая способность канала была предусмотрена и заложена в программу деятельности редакции как один из основных принципов "Радиогазеты РОСТА". Ее ответственный редактор Б.Г. Данский писал, оценивая первые три месяца работы редакции: «Мы стараемся сделать радиогазету интересной следующим путем. Мы даем самый злободневный материал. Даем его накануне появления в печатных газетах. Это мы имеем возможность сделать, ибо к услугам радиогазеты громадный информационный материал Росты. И при этом, что называется, "со сковородки". Мы имеем возможность вставлять в радиогазету телеграммы немедленно по получении их Ростой».

Следует отметить, что до появления "Радиогазеты РОСТА" материал, составляющий содержание радиосообщений, как правило, представлял собой текст, уже опубликованный в прессе. С осени 1922 года в передачах Центральной радиотелефонной станции основное место занимали материалы из газет – выступления на политические темы, сообщения метеослужбы, новости экономической жизни и торговли, календари сельскохозяйственных работ, эпизодические лекции на научные темы.

Принципиальное отличие аналогичных материалов, собранных в рамках радиогазеты продолжительностью в 45 минут звучания, заключалось в первичности их обнародования и в том, что из бесформенного собрания разрозненных материалов они превращались в четко сверстанное звуковое издание.

Принципы газетной верстки были для "Радиогазеты РОСТА" обязательны и незыблемы, что неоднократно подчеркивали ее руководители. Характеризуя особенности программирования "Радиогазеты РОСТА" на основе анализа первых двухсот ее номеров, Б.Г. Данский писал: "Если сравнить последние номера радиогазеты с ее первыми номерами, то газеты просто не узнать. Сейчас наша радиогазета совсем как настоящая, заправская газета. Ежедневно в газете две статейки – о заграничных и наших советских делах. Телеграмм ежедневно – не менее десяти–пятнадцати. Важнейших московских сообщений – 15–20. Новостей науки и техники – тоже 10–15 заметок. Кроме того, отзывы о театре и кино, книгах, отдел спорта, юридический отдел, стихи, рассказы, частушки и т.д. Наконец, переписка с радиослушателями – ежедневно помещается 10–15 ответов на письма, интересные не только для написавших письма, но и для широкой массы радиослушателей ".

Тематическое разнообразие материалов, а также невозможность вместить всю обязательную для различных социальных групп информацию в рамки 45–50-минутного выпуска привели к реорганизации "Радиогазеты РОСТА". Смысл этой реорганизации заключался прежде всего в дифференциации аудитории, увеличении и конкретизации "адресов" радиопередач.

В октябре 1925 года газеты сообщили о комплексной программе изучения аудитории с помощью специальных анкет, принятой Радиосоветом при Главполитпросвете. Одновременно изучением потребностей различных социальных слоев населения применительно к массовому вещанию занялось "Общество друзей радио": его активисты вели анализ возрастного состава радиослушателей, регулярности и нерегулярности прослушивания в зависимости от содержания передач.

Несмотря на достаточно упрощенные с современной точки зрения методы, которыми велись указанные исследования, они дали основание считать, что материалы, передаваемые в эфир, не могут "удовлетворить всю массу радиослушателей: рабочих, крестьян, служащих, интеллигенцию... Радиогазета до сего времени держала курс на малограмотных слушателей из рабочих и крестьян. И потому, несмотря на все лестные отзывы, нужно сказать прямо: в полной мере радиогазета до сего времени не обслуживала и не могла обслуживать ни крестьян, ни рабочих, ни другие социальные группы радиослушателей", – писал один из руководителей радиогазеты А. Садовский.

Встал вопрос о создании нескольких радиогазет, каждая из которых имела бы свою специфическую аудиторию. Решили выпускать для начала не одну, а две газеты по радио: рабочую – ежедневную, и крестьянскую – 3–4 раза в неделю.

Редакционные аппараты обеих газет выходили из состава РОСТА и создавались при редакциях печатных изданий – "Рабочей газеты" и "Крестьянской газеты". Соответственно и большинство из последующих и местных радиоизданий – "Комсомольская правда по радио", "Радиопионер", "Врачебно-физкультурная радиогазета", "Призывник", "Кустарь и артель" и т.п. – базировались в редакциях определенных печатных изданий. Ретроспективно это обстоятельство следует, на наш взгляд, оценивать двояко.

С одной стороны, это стимулировало улучшение содержания радиогазет, более аргументированную постановку общественно значимых вопросов, а следовательно, усиление роли радио в жизни людей. "Радиогазета РОСТА" имела главным образом характер информационного органа. Основная ценность ее заключалась в том, что она ежедневно, не пропуская праздников, передавала самую свежую заграничную и внутреннюю информацию. Масса благоприятных отзывов о радиогазете доказывает, что свою задачу она выполнила хорошо. Это обозначило первый организационный период развития массового вещания. Опыт печати, привлечение большого количества публицистов,

работавших в прессе, к подготовке радиоматериалов, безусловно, оказали влияние на качество текстов, передаваемых в эфир.

С другой стороны, закрепление редакции радио как структурной части редакционных коллективов печатных изданий ставило под сомнение необходимость развития и так находившихся в зачаточном состоянии сугубо радийных методов воздействия на аудиторию, а в ряде случаев (особенно на местах) вело к упрощенному пониманию специфики канала.

Возникший в этот период термин "радиопечать", появившийся не только на страницах прессы, но и в тексте ряда официальных документов, был отражением распространенного представления о микрофоне как своеобразном типографском станке, выпускающем дополнительный тираж печатной продукции. Более того, утверждалось мнение, что существование радио как самостоятельного специфического средства информации и пропаганды нецелесообразно. (Причем мнение это распространялось уже не только на радиогазеты, но и на зарождающееся художественно-просветительское вещание.)

Подобные взгляды не могли не оказать отрицательного воздействия на практику вещания. Как результат в прессе появился ряд резко критических выступлений в адрес "Радиопередачи". Журнал "Радиослушатель", в частности, писал: "Количество радиогазет все растет. Они возникают, создаются без всякой радиорабселькоровской и слушательской базы, без наличия средств редакционных сил. Назвать такой рост достижением нельзя".

К середине 1928 года в стране насчитывалось 80 радиогазет, к 1930 году – уже до 300, кроме того, 179 – фабрично-заводских и 100 – колхозных, выходящих на 29 языках народов СССР.

Уже при выпуске первых номеров "Радиогазеты РОСТА" возникла проблема стилевого отличия текстов, предназначенных для эфира, от газетных текстов, обсуждались вопросы особого композиционного построения радиосообщений. В своем программном заявлении редакция "Радиогазеты РОСТА" утверждала: «Радиогазета должна быть не только короткой, но и весьма живой, интересной и понятной, иначе радиогазету не будут слушать... Чрезвычайно важна форма изложения. Для усиления живости радиогазеты мы допускаем в газету музыкальные номера, частушки с пением и балалайкой и проч. ...Не менее важна передача радиогазеты. Самый лучший номер может быть испорчен вследствие плохой декламации. Нашу радиогазету передают декламаторы-актеры. Один из них "ведет" газету. Он является чем-то вроде конферансье, которые выступают во время концертов, литературно-музыкальных вечеров на "эстрадах"».

На этот "конферанс", на его текст и передачу редакция радиогазеты обращает очень большое внимание. "Конферансье" поясняет наименее понятное, оживляет газеты, активизирует внимание слушателя, после "скучного" места "пускает" остроту и т.д. Наконец, "конферансье" является объединяющим началом в радиогазете, он дает "лицо" радиогазете.

Журнал "Радиослушатель" развивал эту мысль: "Радиогазета – это не только газета без бумаги и расстояния, – это вообще газета новых форм. Рожденная от брака эфира с эстрадой, она от отца приобрела молниеносную быстроту пробега, а от матери – театральность, диалог".

Тем не менее анализ сохранившихся текстов показывает, что на практике роль ведущего в абсолютном большинстве выпусков "Радиогазеты РОСТА" сводилась к простому объявлению им очередной рубрики и чтению ее материалов, т.е., по сути дела, к бесстрастному дикторскому участию в передаче. Не случайно, характеризуя требования, предъявляемые к артистам, работающим у микрофона в начальный период существования радиогазет, один из старейших работников радио Н.А. Толстова пишет: "Когда самых первых артистов, чтецов приглашали на радио читать информацию и даже вести первый номер радиогазеты, от них требовались лишь красивый голос и безукоризненная дикция. Другие требования возникали позже, с появлением новых видов передач".

Именно в этот период возникла теория "дикторского единообразия", требующая от чтеца радиогазеты максимальной интонационной скупости, любое выражение диктором личного отношения к содержанию радиосообщения посредством эмоциональной окраски и голосового грима объявлялось грубым нарушением профессиональной этики. В директивном письме одного из редакторов "Радиогазеты РОСТА" первому руководителю дикторской группы А.И. Турину содержится категорическое требование о "снятии женских голосов с передачи. Эти голоса не подходят Для чтения газетного материала... не гармонируют с голосами чтецов и содержанием газеты... Исключением может явиться чтица, у которой приятный низкий голос, похожий на мужской".

Итак, уже на первом этапе существования радиогазет появились две противоборствующие тенденции их развития; с одной стороны, "концерт из документов" и как следствие – стремление к яркой эмоциональной окраске текста; с другой – отказ от каких бы то ни было драматургических композиционных построений и соответствующая этому интонационная скупость.

Адаптация литературных текстов на радио во многих случаях предполагала не только изменение их структуры с целью наилучшего восприятия на слух – следовало придать им такие черты устной словесности, которые соответствовали бы речевому этикету трибунно-митингового обращения к аудитории; иначе говоря, переработка текстов шла с учетом не просто слухового, но коллективного восприятия радиосообщения. Это соответствовало задаче "установки радиоприемников для массового слушателя, в первую очередь громкоговорителей в рабочих клубах, домах крестьянина и избах-читальнях".

Возможность активизировать эмоциональное состояние аудитории, присущая радио, в еще большей степени проявилась в событийных трансляциях. Уточним, что в это понятие мы вкладываем представление о трансляционных программах всех направлений как общественно-политического, так и музыкально-эстетического содержания.

В профессиональном арго по отношению к этому виду передач укоренился термин "прямая трансляция", подчеркивающий их первое основное видовое отличие от других радиопередач: *"совместность по времени"*с событием, о котором они рассказывают. Как правило, продолжительность прямых трансляций в начальный период массового вещания совпадала с продолжительностью самого события.

Второе обязательное видовое отличие событийных трансляций – *внестудийность,* т.е. местом непосредственного рождения радиосообщения являлись не студия радио, а аудитория собрания, театральный или концертный зал или вообще открытое уличное пространство.

По социально-политическим направлениям событийные трансляции рассматриваемого периода целесообразно разделить на:

– общественно-политические;

– просветительские;

– развлекательные.

Разумеется, в структуре конкретной передачи эти три направления часто существовали во взаимном проникновении, соотносясь как части целого.

По форме радиосообщения этого исторического периода представляется возможным разделить на:

– радиособрания;

– радиопереклички;

– радиолекции;

– радиоконцерты.

Событийные трансляции имели ярко выраженную *агитационную направленность,* имитируя вовлечение масс слушателей в сферу важнейших событий политической, экономической и культурной жизни страны. А радиособрания и радиопереклички, появившиеся в эфире в конце 1924 – начале 1925 года, привлекали возможностью установления эмоционального контакта информационного канала и аудитории.

"Мы прошли первую ступень в радиовещании. Радио перестает быть новинкой... требования, предъявляемые теперь к программам передач, значительно усложнились", – говорил на диспуте о массовом вещании в России 12 февраля 1926 года председатель "Общества друзей радио", заместитель Наркома почт и телеграфов А.М. Любович. Он утверждал необходимость "перенести микрофон из студии в аудитории театров, концертов, лекций, собраний, съездов и т.д. Участники вечеров, концертов и т.п., зная, что они имеют своей аудиторией радиослушателей всего Союза, будут гораздо внимательнее относиться к их устройству, чувствовать большую ответственность. Радиослушатели будут психологически более спаяны с тем, что происходит у микрофона. Аудитория будет лишена специфической замкнутости". Этот диспут полностью транслировался по радио из Большой аудитории Политехнического музея. А.М. Любович подчеркивал важность звуковых атрибутов трансляционных форм для создания эмоциональной атмосферы вещания. Идеологические постулаты, разумеется, мешали, но еще не опровергали реальную практику: «За границей, частично в Англии, – ежедневные трансляции из ресторанов, – говорил А.М. Любович. – Несмотря на поражающее однообразие, надоедливое убожество всех этих фокстротов, передачи все же дают слушателю своеобразное представление о соответствующей обстановке, откуда производятся трансляции. Так же и передача боя часов Вестминстерского аббатства переносит нас на ночную лондонскую площадь... Мы, при нашем многообразии жизни, должны "перенести микрофоны в жизнь, приблизиться к ней"».

Едва ли не важнейшую свою задачу сотрудники акционерного общества "Радиопередача" видели в использовании "всех возможностей трансляционной связи своего центрального узла по Никольской, 3, со всеми театрами, концертными залами, университетами".

Возможность одновременного выхода в эфир из разных городов стимулировала появление радиоперекличек. Само это слово быстро и прочно вошло в лексикон; форма радиоперекличек показалась чрезвычайно перспективной.

Драматургическое начало прослеживается и в эстетических трансляциях радио, в радиолекциях по проблемам литературы и искусства. Декларируя программу музыкального широковещания, его редакторы и организаторы в 1925 году писали в коллективной статье: "Уместны, даже необходимы цикловые исторические концерты с краткими, сжатыми пояснениями и широкими музыкальными программами, исчерпывающе охватывающими тот или иной период того или иного композитора, с попутной характеристикой эпохи, в которой композитор жил. В обслуживании всех праздников – одна из ударных задач широковещания...

Как развлечение – здоровый смех, отдых от серьезных программ нужны рабочему особенно – мы предлагаем серию популярных концертов, где будет уделено время и бытовому рассказу, и народному инструменту, и частушке".

Успех сопутствовал радиоконцертам с самого первого появления их в эфире. Особенной популярностью пользовались выступления мастеров искусств в так называемых "краснокалендарных концертах", программа которых строилась как монтаж музыкальных номеров и коротких комментариев. Такие концерты предназначались для слушания на улицах, прямо во время демонстраций и гуляний.

С 1924 года при Наркомпочтеле (Народный комиссариат почт и телеграфов) работала инициативная группа, называвшая себя "Радиомузыкой". Ее целью было определение оптимальных условий для передачи музыкальных программ из студии. Путем экспериментов группа выясняла достоинства того или иного типа микрофонов, наилучшее расположение артистов в студии, условия лучшего звучания оркестра и отдельных инструментов через микрофон из помещения, не приспособленного специально для исполнения музыкальных произведений, и т.п. Результаты исследований группы "Радиомузыка", а также аналогичные работы специалистов музыкального отдела

"Радиопередача", включавшие анализ почты радиослушателей, сформировали мнение о том, что при существовавшем уровне технической оснащенности трансляции музыкальных концертов и спектаклей из театров и специально предназначенных залов значительно более совершенны и перспективны.

Безусловно большое воздействие на процесс исследования оказали письма радиослушателей, которые стали приходить в адрес редакций радио и газет после радиопонедельников – трансляций концертов мастеров искусств из Большого театра. Они начались 8 сентября 1924 года и быстро стали традиционными. В них принимали участие виднейшие певцы, музыканты, драматические артисты; выступления мастеров искусств предварялись короткими лекциями наркома просвещения А.В. Луначарского, известных литературоведов и критиков, говоривших о роли радио в культурном строительстве.

По свидетельству многих артистов, участие в радиопонедельниках, т.е. выступление в привычной им обстановке, привлекало их гораздо больше, чем концерт в студии. Это крайне субъективное на первый взгляд мнение, однако, следовало учитывать. Такой фактор, как "привычность" условий творчества, имел огромное значение. Микрофон же был непривычен, более того, он часто вызывал процесс психологического "торможения" у актера. По меткому выражению актера В.Б. Герцика, ставшего позже известным диктором, "черная коробочка микрофона казалась глубоким колодцем, в котором исчезали неизвестно куда улетавшие слова...".

Театральный спектакль, будь то драма, опера или оперетта, рождается и живет в прямой зависимости от реакции зрителей – это истина и для учеников Станиславского, и для актеров Таирова, и для школы Мейерхольда, и для представителей любого направления в искусстве.

Впервые проведенный 12 декабря 1924 года опыт трансляции концерта симфонического оркестра (из Колонного зала Дома союзов) утвердил и многих музыкантов во мнении, что "на публике" оркестр звучит лучше. К такому, возможно субъективному, выводу следует присовокупить и объективное суждение о том, что по акустическим данным Колонный зал Дома союзов значительно превосходит студийное помещение.

Необходимо было решить техническую задачу наиболее объемной передачи звука из помещения, где происходил концерт, с тем чтобы добиться минимального вмешательства посторонних шумов в музыкальную ткань исполняемого произведения. Эту сложнейшую техническую и акустическую проблему после ряда экспериментов в зале Большого театра, Колонном зале Дома союзов и Большом зале Московской консерватории блестяще разрешила группа инженеров и музыкантов во главе с А.Л. Минцем – будущим академиком, одним из крупнейших в мире специалистов в области радиотехники. Была разработана схема установки параллельно работающих микрофонов (до шести одновременно); при этом создавалась возможность автономно регулировать уровень сигнала, идущего от каждого микрофона. Так родилось **микширование** – техническое и художественное средство, позволяющее вести звуковой монтаж в процессе не фиксируемой на пленку передачи.

С конца 1925 года музыкальные трансляции становятся постоянными и регулярными на всех существовавших тогда каналах советского радиовещания.

Словесные пояснения непременно сопутствовали музыке. Принцип композиционного построения радиоконцертов определил профессор С. Богуславский, приглашенный руководить их организацией и проведением: "Построение программы по комплексному методу (т.е. методу объединения программ на одном тематическом стержне) кажется нам перспективным. Этот комплексный метод объединит задачи политические и культурно-просветительские с художественным воспитанием масс".

Большое место в вещательных программах в этот период занимают оперные трансляции. На первый взгляд это может показаться странным: оперные произведения всегда относились к категории достаточно элитарного искусства, обращенного к небольшой части аудитории – эстетически наиболее образованной. Однако на практике выяснилось, что этот вид театрального спектакля ориентирован прежде всего на *аудиослушание,* а не на

зрительное восприятие, что оперные сюжеты, как правило, достаточно примитивны (по крайней мере, по сравнению с сюжетами драматических спектаклей) и оперная музыка, как замечают многие специалисты, достаточно иллюстративна, т.е. обрисовывает ход действий, характеры участников и т.п., а следовательно, и воспринимать оперу на слух бывает легче, чем другое театральное действие.

Эта точка зрения помогает объяснить феномен программирования радиопередач середины 20-х годов. Он заключается в том, что трансляции опер составляли большую часть содержания радиоконцертов, причем малограмотная и эстетически малоразвитая аудитория высказывала по этому поводу очевидное удовлетворение.

Еще один род программ, появление которого относится также к начальному периоду массового вещания, – передачи радиотеатра. Уже в 1925–1927 годах мы встречаемся с оригинальной радиодрамой, инсценировкой литературного произведения, фольклорным спектаклем и даже с попыткой жанра, который сегодня носит название "драма с открытым финалом" и относится, как правило, к направлению, именуемому политическим радиотеатром.

В художественном вещании формируются два театральных направления. "Театр у микрофона" обозначает трансляцию или адаптацию спектакля, осуществленного на сцене того или иного драматического или музыкального театра и переданного в эфир с соответствующими комментариями. В отличие от него спектакли, поставленные непосредственно в студии по оригинальным сценариям, написанным специально для радио, или по инсценировке литературных произведений (а иногда и на основе традиционных театральных пьес), относятся к другому направлению вещания, получившему название "радиотеатр".

Это деление принципиально важно, ибо помогает избежать довольно часто встречающейся путаницы.

Уже первые сезоны "Театра у микрофона" включали представления весьма разнообразные, привлекательные и значительные: "Любовь Яровая" К. Тренева из зала Малого театра с участием В. Пашенной, "Бронепоезд 14-69" Вс. Иванова из Художественного театра (1928) с В. Качаловым и Н. Баталовым, вахтанговская постановка "Разлома" Б. Лавренева с участием Б. Щукина и М. Державина...

Эпизодичность выступлений московских театральных коллективов у микрофона постепенно сменялась систематической работой их в радиостудии.

Официальная дата рождения отечественного радиотеатра – 25 декабря 1925 года. В этот вечер станция имени Коминтерна передала первую советскую радиопьесу "Вечер у Марии Волконской", подготовленную к 100-летию восстания декабристов на Сенатской площади.

В основе пьесы – "Записки княгини М.Н. Волконской". Сюжетная канва – разговоры за чаем в ссыльном доме Волконской перед ее отъездом на новое место поселения. Впереди было неизвестно и тревожно.

Звучит голос героини: "В это время прошел слух, что комендант строит в шестистах верстах от нас громадную тюрьму с отделением без окон; это нас очень огорчало..." В ожидании еще более горьких перемен Мария Николаевна вспоминает со своими друзьями Петербург и Пушкина, прославшего замечательные стихи в холодную и дикую каторжную Сибирь.

Место действия в пьесе все время меняется; сюжет движется параллельно: в ссылке и в Петербурге, сегодня и в прошлом, когда "молодые генералы двенадцатого года" еще только собирались поднять свой голос и свои войска против царя.

В этом спектакле было много самой разной музыки – от "вальса Грибоедова" до марша лейб-гвардии Его Величества Измайловского полка и от пасторальной баркаролы до сухого треска барабанов, сопровождавшего издевательски-любезный голос Николая I.

Вторая премьера отечественного радиотеатра называлась "Люлли-музыкант" по оригинальной радиопьесе Г. Поляновского и, как следует из заглавия, была посвящена жизни и творчеству знаменитого французского композитора XVII века.

Сын итальянского мельника, 14 лет от роду он был привезен герцогом де Гизом в Париж и пристроен ко двору мадам Монпансье слугой. Но быстро обратил на себя внимание музыкальными способностями. Его обучили скрипке, органу, композиции, и он стал сначала придворным скрипачом Людовика XFV, а затем – руководителем придворного оркестра "16 скрипок короля". Он танцевал, сочинял, режиссировал, и в истории мировой культуры его имя осталось как имя основоположника французской оперы.

В распоряжении автора радиопьесы было не так уж много документальных материалов, хотя о Люлли написано немало. И стремление Г. Поляновского сосредоточить внимание если не преимущественно, то в равной степени и на слове, и на музыке подчеркивает преемственность спектакля "Люлли-музыкант" от описанных уже "комплексных радиоконцертов".

И "Вечер у Марии Волконской", и "Люлли-музыкант", имея в сути своей драматургическую основу, по форме выражения обладали еще одним важным признаком мелодекламационной композиции: в обоих спектаклях отсутствовало какое-либо шумовое оформление даже на элементарно бытовом уровне. Герои появлялись "из ниоткуда", комнаты были лишены дверей, лестницы – ступенек, лошади двигались бесшумно, и даже река Неман в весеннем половодье, в пору ледохода, как, впрочем, и водопад в Альпах, не рождали ни звуков, ни шорохов. В этой ватной студийной тишине актеры волей-неволей сбивались на излишне подчеркнутую риторику и менторско-лекторские интонации. Для того чтобы избавиться от них, им нужны были хотя бы признаки звуковой атмосферы действия. И они очень скоро появились.

Уже через год на радио начались репетиции инсценировки повести Б. Лавренева "Ветер, или Повесть о веселых днях Василия Гулявина" (вышла в эфир в 1927 году). В этом спектакле была разработана и реализована (разумеется, театральными, имитационными средствами) многослойная звуковая партитура. С этого момента начинается новый период в развитии радиовещания – очень быстрое освоение выразительных эстетических и технических возможностей радиоискусства. Правомерно отметить, что интерес к этой работе проявляли многие выдающиеся мастера литературы, театра, музыки и даже кинематографа, который сам в те времена оставался немым.

Радио тоталитарного государства (1928–1941)

1928 год по праву можно считать переломным в истории радио, обозначившим начало нового периода в развитии массового вещания.

В июле 1928 года Совет Труда и Обороны принял постановление "О реорганизации радиовещания", которым акционерное общество "Радиопередача" было ликвидировано, а организация и управление всем делом радиовещания на территории СССР возложены на Народный комиссариат почт и телеграфов (Наркомпочтель). В структуре Наркомата было образовано специальное радиоуправление, которое в 1931 году стало называться Всесоюзный комитет по радиовещанию (ВКР) при Наркомпочтеле СССР, а с 1932 года в связи с реорганизацией Наркомпочтеля – ВКР при Наркомате связи СССР.

И, наконец, в 1933 году был образован самостоятельный общесоюзный орган управления – Всесоюзный комитет по радиофикации и радиовещанию (ВРК) при Совете Народных Комиссаров СССР. Вот эту управленческую структуру обычно и называли "Радиокомитет". Все вопросы развития радио постепенно были взяты под эгиду государственной власти. Становилось реальностью составление единого плана радиофикации страны, менялась система руководства и организации подготовки программ.

Смысл этих перемен журнал "Радиослушатель", начавший выходить в 1928 году, обозначил в статье "На новом пути" как переход "к наиболее интересной, живой и разнообразной форме пропаганды... чтобы она отвечала насущным запросам широкой массы рабочих и крестьян. Это значит – изыскать и применить новые формы общественно-политического, культурного и художественного радиовещания (рабоче-крестьянский университет по радио, радиотеатр и т.д.)".

Еще 17 октября 1928 года ЦК ВКП(б) направил в адрес местных партийных организаций циркулярное письмо, в котором потребовал усилить внимание к проблемам радио, так как, указано в письме, его роль "значительно увеличивается не только в области техники, но и в области политической".

1928 год обозначен коренными изменениями в техническом и правовом развитии системы массового вещания. 23 октября правительство принимает постановление "Об очередных задачах радиофикации Союза ССР", наметившее большую программу радиостроительства в центре и на местах. В этом же году вступает в строй мощная радиостанция ВЦСПС, переоборудуется радиостанция "Большой Коминтерн", в Ленинграде открывается студия Ленинградского радиовещательного узла. В Москве происходит освоение ряда радиовещательных студий в здании Центрального телеграфа; в течение всего года впервые происходит практическая реализация постановления ЦИК и СНК СССР, предоставляющего радиоорганизациям право устанавливать микрофоны в театральных, концертных и лекционных залах без особой платы за трансляцию.

С 1 ноября 1928 года вводится типовая недельная сетка вещания, зафиксировавшая дифференциацию вещания в зависимости от классовой и возрастной принадлежности разных групп слушателей.

1928 год ознаменовал определенные перемены также в конкретном содержании радиопрограмм и в развитии их форм.

После первой радиопереклички городов 7 ноября 1928 года (Москва–Ленинград–Минск–Баку–Тбилиси) широкое распространение получают радиопереклички соревнующихся районов, городов, заводов. Как показывают исследования, "начиная с 1928 года неуклонно растет удельный вес радиорепортажа", меняется характер комментированных трансляций: из залов съездов, конференций, собраний микрофон перемещается на стройки, заводы и в рабочие клубы, дополняя эфир "трансляциями жизни". Наконец, в 1928 году серьезным изменениям подвергаются программы радиотеатра: появляется цикл радиоспектаклей, в которых уже в комплексе используются выразительные средства радио.

Таким образом, налицо не просто ряд разнородных событий, но система явлений, характеризующих важные изменения, происшедшие во всех аспектах организации и практики вещания: социально-правовом, техническом, организационном, программном и т.п.

Однако все приведенные факты – лишь внешнее выражение тех главных изменений в деятельности радио, которые открытым текстом никак не декларировались. Политические перемены в стране, утверждение режима абсолютной власти И.В. Сталина подразумевали не только запредельную концентрацию законодательных и исполнительных функций в руках диктатора и его ближайших сподвижников, но и практическое утверждение карательного метода как основной формы организации масс. Вполне естественно, что потребовался жесточайший контроль за деятельностью всех средств массовой информации, в том числе и радио. Если контроль за прессой был налажен давно, то в силу чисто субъективных причин Сталин поначалу всерьез радио не воспринимал – этот канал массовой коммуникации контролировался значительно слабее. Теперь пришло время заняться и им.

Впрочем, следует вспомнить, что первые попытки идеологически и тематически ограничить возможности радиоканала были предприняты задолго до 1928 года. Еще в 1921 году (в эпоху пробных вещательных экспериментов и использования радиотелеграфа для передачи и тиражирования информации) появился документ – приказ по РОСТА, где говорилось, что "за сознательно или *несознательно* (курсив наш. – *Ред.)* допущенные ошибки сотрудники, виновные в них, будут немедленно увольняться, а дела о них будут передаваться в ВЧК для привлечения их к ответственности ".

В декабре 1925 года Радиокомиссия Агитпропа ЦК ВКП(б) принимает решение о "немедленном контроле радиовещания" со стороны органов Главлита и Политконтроля ГПУ и введении специальной инструкции, регламентирующей эту работу. Главный комитет по делам печати в целях объединения всех родов цензуры, существующих в России (Главлит) был учрежден Совнаркомом в 1922 году, а в феврале 1923 года появился "Репертком при Главлите", на который возлагался контроль за работой театра, музыкальных учреждений, кино и любых других зрелищных предприятий.

Все без исключения цензурные органы включали в себя представителей ЧК-ГПУ. 6 октября 1924 года зампред СНК Л. Б. Каменев подписал документ о типовом составе любого Комитета по контролю за репертуаром. Он должен был состоять из трех человек: два назначались Наркомпросом (от Главлита и Главполитпросвета), а третий – ГПУ. Карательное ведомство получило по статусу право первого и решающего голоса при обсуждении любых цензурных вопросов. Пункт 6 этого же постановления гласил: "Наблюдение за проведением в жизнь постановлений Комитета возлагается на органы ГПУ".

Дошел черед и до радио. Акционерное общество "Радиопередача" практически игнорировало цензурные рекомендации ЦК ВКП(б), полученные в декабре 1925 года. Наркомпрос устраивает несколько обсуждений радиовещания. В частности, 30 ноября 1926 года Н.К. Крупская докладывает на коллегии Наркомпроса проект "Об установлении контроля над вечерами развлечений, передаваемыми по радио" с категорическим указанием: "Часто то, что может быть допущено к исполнению в других местах, Должно быть запрещено к передаче по радио".

А 10 января 1927 года было принято постановление ЦК ВКП(б) "О руководстве радиовещанием", где в пункте 2 сказано: "Установить обязательный и предварительный просмотр партко-митетами планов и программ всех радиопередач"; пункт 4 вообще звучит как военная директива: "Принять меры к обеспечению охраны микрофонов, с тем чтобы всякая передача по радио Происходила только с ведома и согласия ответственного руководителя" (это кроме обычной цензуры). Еще через год акционерное общество "Радиопередача" было ликвидировано. К этому времени Сталин лично занялся стратегией массового вещания.

База для страха была заложена. Рамки нашей темы не позволяют остановиться на том, как этот страх последовательно и настойчиво внедрялся в сознание работников радиовещания всех профессий и степеней. Отметим лишь, что в описываемый нами период идеологический контроль касался главным образом содержания программ и практически не распространялся на область формальных поисков выразительности. Не стоит забывать и еще одно важное обстоятельство: в начале исследуемого периода, в самой активной его фазе – 1928–1932 годах, еще не проявляли себя в полной мере те закономерности, которые стали очевидны после известного постановления "О перестройке литературно-художественных организаций" (1932). Поиск интересных форм вещания пока еще поощрялся.

Выпуски новостей передавались по радио четыре раза в день: утром – оперативная информация из газет, в полдень – новости дня, вечером – подборки сообщений в "Рабочей

радиогазете", поздно вечером – хроника дня и наиболее интересные факты из завтрашних газет. По воскресеньям радио давало краткий политический обзор событий за неделю.

По радио шли также своеобразные радиохроники, которые знакомили с работой отдельных предприятий, учреждений, описывали примечательные места. Это были первые зарисовки, которые трудно назвать репортажами с места события. Но требованиям жанра зарисовки они отвечали вполне. От обычной информации их отличала большая изобретательность в изложении новостей, от репортажа – отсутствие свободного и документально трактованного изложения факта в момент его свершения.

Возникновение радиорепортажа в 1928 году связано с появлением в информационных программах, особенно в так называемых "трансляциях из жизни", фигуры журналиста, комментирующего события. Передача по радио интересных и значительных явлений и событий требовала пояснений, индивидуальной окраски в оценке фактов, убедительной интонации. Роль такого журналиста была особенно значительной в "актуальных передачах", где было важно подметить тонкие детали, внести элемент живого и непосредственного рассказа.

В начале 30-х годов в составе радиокомитета организуется редакция "Актуальная передача", позднее реорганизованная в редакцию "Последние известия". На нее была возложена обязанность поддерживать высокий уровень агитационно-пропагандистской обработки населения.

Сектор внестудийных передач, организованный в это время также в структуре ВРК, обеспечивал наиболее сенсационные репортажи для выпуска "Последних известий": из Арктики – о ходе операции по спасению челюскинцев (группы полярников, оказавшихся на льдине после катастрофы ледокола "Челюскин"), из-под земли – со строительства метро.

Начиная с 1930 года в СССР проводились опыты звукозаписи оптическим способом. Отныне в эфир шли не только прямые, но и записанные на кинопленку передачи. Сейчас трудно даже представить, что до этого года ту или иную передачу можно было услышать только один раз, а "звуковой сокровищницы" и вовсе не было (если не считать грампластинок). Но вот в августе 1931 года на улицах Москвы появились афиши, возвещавшие о том, что впервые в нашей стране будет звучать документальный радиофильм "Реконструкция железнодорожного транспорта".

Радиофильм – это форма, рожденная новыми техническими возможностями радио. Между радиофильмами конца 20-х и начала 30-х годов есть не только много общего, но и принципиальные различия. Радиофильмы 20-х годов, подготовленные ленинградскими журналистами, внутренне тяготели к радиотеатру, к художественному раскрытию действительности. Каждый из них – это лента звуковых кадров; акустическая палитра еще очень бедна, она ограничена звукоимитацией, закрепить удачное звучание на пленке пока нет возможности. Радиофильм строится по законам сюжетно-игровой драматургии.

Иное дело – радиофильм "Реконструкция железнодорожного транспорта", переданный Московским радио 30 августа 1931 года (режиссер В.С. Гейман, один из старейших режиссеров советского радио). Запись фрагментов для радиофильма проводилась во время Всесоюзного съезда железнодорожников в столице и на местах. Этот хроникальный материал, фиксированный на пленку, был использован в качестве документа. Естественно, разработка общего строения радиофильма осуществлялась не по законам игровой драматургии, но с использованием таких выразительных средств, как монтаж, контрастные сопоставления, смена ритмов и т.д.

Вместе с тем надо отметить, что между игровым и документальным радиофильмом много общего. Звукозапись способствовала зарождению не только документальной журналистики (особенно такого жанра, как радиоочерк), но и *документально-игровой радиодраматургии.*

В 1928 году был создан Рабоче-крестьянский университет по радио. Сначала он состоял из трех факультетов – общеобразовательного, антирелигиозного и кооперативного, а затем возникло еще два – педагогический и сельскохозяйственный. В 1929 году

радиоуниверситетов насчитывалось уже значительно больше – рабочий, крестьянский, коммунистический (для партийного актива), комсомольский. По радио систематически передавались уроки иностранных языков.

Десятки миллионов людей стремились с помощью радио овладеть достижениями науки, техники и культуры. Но следовало учитывать, что жили они в разных производственных и бытовых условиях и имели разный уровень подготовки. Поэтому массовость общеобразовательной работы по радио сочеталась с дифференцированным учетом требований аудитории.

Занятия первого радиоуниверситета по программе, рассчитанной на год, начались 15 октября 1928 года. Рабочий радиоуниверситет давал определенные знания по русскому языку, математике и обществоведению, знания и умения по административно-хозяйственному делу, сведения по профессиональному движению и профессиональной работе. Каждый слушатель, выполнивший контрольные и зачетные задания, получал удостоверение об окончании университета. Для проведения занятий в университетах по радио были привлечены лучшие силы страны – крупные ученые и педагоги.

Особой разновидностью художественного вещания стали литературные программы. В их подготовке принимали участие писатели, которые читали по радио свои новые произведения. Кроме того, радио давало в эфир передачи, посвященные творчеству того или иного писателя, а также обзоры журналов, выходивших в нашей стране.

Большую помощь вещанию оказали В.В. Маяковский, А.М. Горький, А.С. Серафимович, М.Е. Кольцов, В.А. Луговской, А.Н. Афиногенов, В.М. Гусев и многие другие. Писатели К.Я. Финн и А.П. Гайдар являлись штатными сотрудниками редакций радио. В 1931–1932 годах одним из руководителей художественного вещания был поэт Арсений Тарковский.

В этот период проводились опыты по созданию драматических произведений для радио. В журналах 30-х годов одной из первых советских радиопьес, раскрывших новые возможности радиодраматургии, называют инсценировку Виктора Вармужа "Завод". Это произведение было написано по мотивам романа французского писателя К. Лемонье "Костоломка" (Московский радиотеатр, 1930, режиссер Н.О. Волконский). Спектакль рассказывал об изнурительном труде на фабрике, о массовом протесте рабочих против невыносимых условий труда и жизни. Автор написал несколько контрастных сцен, имеющих различную эмоциональную окрашенность: эпизоды безысходного горя, отчаяния, картину похоронной процессии, панораму забастовки. Все эти эпизоды давались в музыкальном оформлении (композитор В.Н. Крюков). Радиоспектакль показал, что музыка может быть не только иллюстрацией, она способна также играть драматургическую роль.

В общем объеме художественных программ музыкальное вещание занимало три четверти всего эфирного времени.

Постепенно на радио складываются свои художественные коллективы, в частности хоровой коллектив Центрального радио под руководством АВ. Свешникова (1928), Большой симфонический оркестр (1930). Формы музыкального просвещения остались прежними: в эфир шли цикловые, комплексные, этнографические передачи, развлекательные концерты; однако значительно расширились его тематика и диапазон, более глубокими стали сами задачи эстетической пропаганды.

18 февраля 1929 года состоялось первое заседание специального художественного совета по проблемам пропаганды музыки при Московском радиоцентре. В его работе приняли участие видные музыкальные деятели: Н.А. Гарбузов, М.М. Ипполитов-Иванов, В.П. Степанов.

Огромное значение для художественного просвещения населения имели программы, подготовленыне в 1935–1937 годах в связи со 100-летием со дня смерти А.С. Пушкина. Этот юбилей дал возможность реализовать у микрофона глубочайший художественный потенциал литературной, музыкальной и театральной России в единстве с эстетическими достижениями национальных культур народов, объединенных под флагом СССР. В

юбилейных пушкинских программах продемонстрировали свое искусство ведущие художественные коллективы страны, знаменитые актеры и режиссеры. В студиях Всесоюзного радио работали Вс.Э. Мейерхольд и А.Я. Таиров, мастера Московского Художественного театра и звезды вахтанговской труппы – А.Д. Дикий, С.М. Михоэлс, АД. Попов и др.

Пушкинский юбилей способствовал развитию жанра *"постановочного чтения",* сочетающего в себе характерные особенности театра и эстрады. Этот жанр позволял интерпретировать прозу, максимально сохраняя авторские размышления, и в то же время давал возможность актерам глубоко исследовать характеры персонажей, перевоплощаться в соответствии с требованиями психологической драмы.

Звездами радио, работавшими в области литературного чтения, стали В.И. Качалов, И.В. Ильинский, Д.Н. Журавлев, В.И. Яхонтов, Д.Н. Орлов, О.Н. Абдулов, М.И. Бабанова, А.Г. Коонен.

Начало 30-х годов – интереснейший старт детского вещания, в котором сразу же определились три направления: информационно-воспитательные программы о жизни пионеров и школьников – "Пионерская зорька" (под названием "Утренняя зорька" выходила с 1 октября 1934 года); просветительские программы, которые, как правило, в игровой форме несли детской аудитории разнообразную информацию по разным наукам; и радиотеатр, в основе которого были инсценировки отечественной и мировой классики, а также пьесы современных авторов, написанные специально для радио. В качестве режиссеров детского радиотеатра в это время дебютировали выдающиеся мастера радиоискусства О.Н. Абдулов и Р.М. Иоффе.

Выявление специфики радиовещания, особенностей звучащей журналистики, эстетической природы радиоискусства происходило в острой полемике, в борьбе представлений и идей. Обсуждение этих проблем велось на страницах специальных журналов, таких, как "Говорит СССР", "Говорит Москва", "Митинг миллионов" и многие другие. Любое совещание или конференция показывали, что существуют разные (а иногда и полярные) взгляды на специфику вещания.

Так, состоявшаяся в 1930 году конференция работников радиовещания выявила две основные точки зрения на задачи советского радио в связи с теми или иными представлениями о специфике радиожурналистики. Дискуссия разделила работников радиовещания на два лагеря. Одни (С.А. Бугославский, Р.Ю. Бершадский, О.С. Литовский и др.) утверждали, что радио нельзя считать самостоятельным видом искусства. Оно должно быть звуковым курьером, проводником искусства в массы. Поскольку радио – прежде всего техническое средство, его назначение – в доставке на дом произведений литературы, музыки, театра. Стало быть, важно отказаться от поисков оригинальных выразительных средств радиовещания. Сторонников таких взглядов называли "телефонистами" и "телефоновещателями".

Другие (Я.С. Зайцев, И.А. Залесский, Н.С. Жегулев и др.) настаивали на создании "радиоискусства" как самостоятельного искусства. Радио, по их мнению, не должно пропагандировать художественные произведения. Они добивались создания оригинальных радиоспектаклей, радиоопер, призывали к поискам новых специфических выразительных средств. Приверженцев таких взглядов называли сторонниками "радиоискусства".

Как показала практика вещания, обе эти позиции были настолько полемически заострены, что в конце концов оказались неприемлемыми в качестве программы развития вещания. "Телефонисты", правильно подчеркивая остроту общественных функций радио, допускали серьезную принципиальную ошибку, поскольку вообще отрицали специфические особенности и возможности вещания. Сторонники "радиоискусства", отстаивая идею о специфичности радио, огрубляли этот тезис, суживая сферу художественного творчества на радио. Практика их деятельности привела к несомненным удачам, но в то же время издержки экспериментаторства, трюкачество заставили критиков и теоретиков того времени слово "радиоискусство" брать в кавычки.

В обсуждении специфики радиодраматургии как самостоятельной сферы художественного творчества интересные мысли высказали советские писатели, в те годы сотрудничавшие на радио, – П.Г. Антокольский, А.Н. Афиногенов, В.В. Иванов и др. Так, П.Г. Антокольский писал об использовании документализма в игровой драматургии: «Совершенно ясно, что мы должны говорить не о приспособлении существующего материала к условиям радио, а о новом искусстве. Чем раньше это будет принято, тем больше ошибок мы избежим. Кино только тогда нашло свой путь, когда оно перестало идти на поводу у театра и копировать его. Поэтому специфику "радиопьесы" следует искать не в ее сходстве с чем-либо бывшим до сих пор, а исключительно в *несходстве».*

Однако все бесспорные достижения мастеров отечественной радиожурналистики несли на себе отпечаток рабской зависимости от необходимости держать массового слушателя в состоянии восторга от его принадлежности к "самому передовому строю" и страха перед могуществом этого строя, а точнее, перед могуществом его карательных органов.

В середине 30-х годов Н.С. Хрущев, руководитель Московского горкома и обкома Коммунистической партии, предупреждал радиожурналистов: "Микрофон – это большая сила. Сила и власть. Это средство влияет на людей очень активно. И пользоваться им надо активно, но с умом..."

Прозорливо звучали и предупреждения многих выдающихся деятелей науки и культуры. Академик Н.И. Вавилов писал: "Иногда дела у человека складываются так, что радио оказывается источником знаний и впечатлений, которые, если правдивы, – возвышают, делают лучше, богаче... А если оно лжет, то может и покалечить нравственно".

Ему вторил писатель и публицист Илья Эренбург: "Радио может быть всемогущим. А может – и очень часто – бессмысленно-бездарным из-за трусости и некомпетентности людей, готовящих передачи".

К сожалению, рассказывая о реальной жизни страны, радио в этот период истории часто говорило неправду или, по крайней Мере, умалчивало о том, что происходило в действительности. Для радиожурналистики не существовало ни гигантских концентрационных лагерей, которые и составляли основную экономическую структуру государства, ни умирающих от голода миллионов крестьян, ни лжи партийных и государственных чиновников, ежедневно и ежечасно выдававших желаемое за действительное, провалы экономической жизни – за достижения.

Стремление радио приукрасить жизнь, даже если для этого надо было идти на чудовищную ложь, это стремление было неудержимым и порой, как это ни странно, приводило к нужным пропагандистским результатам. Приведем только два примера. 2 декабря 1930 года радио организовало двухчасовую документальную передачу со строительства Днепрогэса – крупнейшей тогда энергетической стройки в СССР. На разных участках Днепростроя – на плотине, в машинном зале, у входа в здание ГЭС, на площади, где проходили митинги, – было установлено 16 микрофонов и 11 усилителей. Во время передачи 25 раз производились переключения с одного микрофона на другой. Выступали самые разные люди: и малограмотные крестьяне, выполнявшие неквалифицированную работу, и иностранные инженеры, и московские писатели. Представлены были все социальные слои, собравшиеся на этой действительно великой стройке: ударники и прогульщики, "белые воротнички" и чернорабочие...

Возникало впечатление подлинного всенародного энтузиазма. Говорили о бессонных ночах, о трудностях и проблемах, об ударничестве и саботаже – словом, на первый взгляд о подлинной, реальной жизни гигантского строительства. А на самом деле все это было далеко от действительного положения вещей. Сценарий и все без исключения тексты были сочинены и завизированы еще в Москве, потом несколько дней проводились репетиции. Все участники передачи, в том числе и начальник строительства, подходили к микрофонам с проверенными цензурой текстами, и ни один из журналистов-комментаторов не позволил себе в течение ста минут эфира ни единой импровизации.

Так имитация достоверности, хорошо отрепетированный "документальный спектакль" был выдан за репортаж – самый достоверный жанр радиовещания.

4 марта 1931 года все радиостанции Советского Союза транслировали радиомитинг лесорубов Северного края. Один из современных исследователей вспоминает: «Поводом к организации этой передачи явилась кампания лжи и клеветы, поднятая зарубежной печатью о положении трудящихся в нашей стране, "о принудительном труде", об "ужасах рабского труда" на лесозаготовках в СССР. Передача велась из нескольких пунктов, отделенных друг от друга сотнями километров. Микрофоны, установленные на делянках, позволяли лесорубам вести разговор прямо с рабочих мест. В радиомитинге приняли участие кроме лесорубов возчики, кухарки, иностранные рабочие, находившиеся на лесозаготовках. Микрофоны донесли до миллионов слушателей настроение участников митинга. На радио пришло много откликов, свидетельствующих о большой убедительности и эмоциональной силе этой формы вещания».

Идиллическая картина! Вот только автор почему-то не указал, из каких именно населенных пунктов Северного края шел этот жизнеутверждающий репортаж. А шел он, организованный по тому же "днепрогэсовскому рецепту", – из концлагеря под Воркутой, как раз оттуда, откуда пришло в солженицынский "Архипелаг Гулаг" определение: "...звали лагерники три недели лесоповала – сухим расстрелом".

Характеризуя 30-е годы в истории отечественного радио, исследователи чаще всего отмечают развитие опыта внестудийных программ в передачах с Уралмаша, со строительства Сталинградского тракторного завода, Магнитогорского комбината и многих других мест не менее успешного социалистического строительства, включая Беломоро-Балтийский канал. Но всюду этот прием "театральной" организации действительности был стержнем эфирного материала. Потому, разумеется, на Соловках арестанты представали давно раскаявшимися, переселенцы в Сальской степи (читай: чудом выжившие раскулаченные мужики из-под Орла и Курска) радовались целинным просторам, и ни словом не упоминалось о том, как они с малыми детьми зимовали в 40-градусный мороз в шалашах; ну а в Комсомольске-на-Амуре вообще никаких зэков не наблюдалось...

И еще правомерно вспомнить об одном излюбленном приеме отечественной радиопропаганды 30-х годов. "Когда страна прикажет быть героем, у нас героем становится любой" – такой манок был выставлен народу, хотя героем можно было стать, только пройдя строгую мандатную комиссию. Но героев любили, им доверяли и потому их старательно "делали" всеми пропагандистскими средствами, включая радио, чтобы потом возложить уже на их плечи трудную миссию обмана и оболванивания рядового гражданина. Героям поручали выступления порой по самым неожиданным поводам. Одно из последних выступлений знаменитого летчика В.П. Чкалова у микрофона Всесоюзного радио было посвящено... осуждению Вс. Мейерхольда и его театра (текст этого радиодоноса был напечатан в "Известиях"). Почему на Чкалова возложили обязанности театрального критика? Наверное, никто и никогда не даст на это ответа, но принцип был соблюден: всенародный герой высказался на важную для партии тему, раз уж партия решила осудить и расстрелять именно театрального режиссера.

Героев разыскивали и героев делали, и радио принимало в этом самое активное участие. В то время оно старалось чаще выходить за пределы студии. Репортеры, стремясь превзойти друг Друга, опускались в шахту, взбирались на Эльбрус, вели передачи с борта советского дирижабля, совершавшего двухсуточный полет Москва–Архангельск–Москва. Это были, действительно, превосходные передачи, и вполне естественно, что каждый раз в центре рассказа оказывались герои-летчики, герои-забойщики, герои-скалолазы.

Страна охотно готовилась к появлению Стаханова.

Однако случались и казусы. Так, "Последние известия" решили провести репортаж "со дна моря". В Стрелецкой бухте под Севастополем поднимали суда, затонувшие во время Первой мировой войны. Все рассчитали и подготовили. Один микрофон надо было установить на борту баркаса, а два – поместить в скафандры водолаза и журналиста. Весь

Союз должен был услышать, как водолаз работает на дне моря и как он поет популярную в то время песню "Нас побить, побить хотели..."

Провели репетицию. Но передачу отменили властью Севастопольского горкома партии: несмотря на то что водолаз был хороший и пел замечательно, в его анкете оказалось то ли "белое", то ли "черное пятно". Нашли другого. Опять все отрепетировали. Передача не состоялась – на этот раз Радиокомитет обнаружил "пятна" в биографии журналиста.

Наконец, кандидатов утвердили во всех инстанциях: журналиста назначили из местной газеты, водолаза – из числа орденоносцев. Опустили их под воду, включили микрофоны... и ничего не произошло: оба – и герой-водолаз, и газетчик – были заиками.

Но на радио, как в цирке: номер должен быть исполнен. И репортаж из-под воды все-таки провели, правда, из какого-то подмосковного пруда. Зато водолаз был настоящим героем, отличившимся на эпроновских работах чуть ли не в Ледовитом океане. А как совместились эти два водоема в одной передаче – неизвестно, эфирная папка не сохранилась, текст передачи восстановить невозможно. Но сохранился протокол обсуждения этого происшествия в кабинете у П.М. Керженцева, назначенного руководителем Радиокомитета. Обсудив и осудив "безобразную работу по подготовке столь ответственных передач", Платон Михайлович завершил разговор: "Конечно, нам не надо придумывать героев, их сколько угодно. Нам надо только правильно их выбирать, но при всех обстоятельствах, если уж мы обещали народу, то человека надо выдать, даже если придется подчинить этому какие-нибудь реальные обстоятельства; слушателей огорчать и разочаровывать нельзя".

Вот так и возводилась в эфире стена, отделяющая подлинную жизнь от скорректированной стремлением получше выполнить партийные директивы и желанием не огорчать слушателя...

Постепенно пропагандистская задача полностью потеснила у микрофона какую-либо сдержанность в подборе и оценке событий. Не случайно именно у микрофона И.В. Сталин счел возможным на двенадцатый день войны с гитлеровской Германией в выступлении 3 июля 1941 года заявить своему народу, что «лучшие дивизии врага и лучшие части его авиации уже разбиты". Тем не менее именно великая война потребовала от радиожурналистики возвращения к реальности.

Советское радиовещание в годы Великой Отечественной войны (1941–1945)

С начала Великой Отечественной войны возникла необходимость эвакуации многих радиовещательных станций из западных районов страны в восточные. Срочно были демонтированы и переброшены на новые места мощные основные радиостанции Москвы и ряда других городов, находившихся в зоне военных действий. В особо сложных условиях приходилось эвакуировать ленинградские радиостанции. Демонтаж одной из них радисты провели под артиллерийским обстрелом.

Эвакуация радиостанций из Москвы потребовала полного перевода Центрального вещания на короткие волны. Центральное вещание перешло от трех программ к одной. Радиопередачи звучали в основном в живом исполнении, удельный вес звукозаписи был незначительным.

К 1943 году объем работы радиостанций не только достиг довоенного уровня, но и превысил его. Чтобы обеспечить качество слышимости передач советского Центрального радиовещания на территориях, оккупированных фашистами, в 1942 году было начато проектирование и строительство новой радиовещательной станции огромной мощности – в 1200 кВт. Производство основного оборудования для нее велось в блокадном Ленинграде в

труднейших условиях, к месту строительства в Куйбышев (Самара) его отправляли через линию фронта.

В 1943 году, спустя 15 месяцев после выбора строительной площадки, новая сверхмощная радиостанция, выполненная по последнему слову техники, была пущена в действие. Ее голос уверенно зазвучал на большой территории, в том числе и во всех районах, оккупированных врагом.

В годы войны огромную роль сыграли радиотрансляционные узлы в тылу и в прифронтовой полосе. Они позволяли миллионам советских людей принимать радиопередачи, оперативно получать информацию о положении на фронте. Проводное радиовещание выполняло также крайне важную функцию быстрого оповещения населения о налетах вражеской авиации, о приближающейся военной опасности. Огромное значение имела радиофикация казарм, лазаретов, общежитии и бомбоубежищ.

Первый военный выпуск "Последних известий" вышел в эфир через 45 минут после передачи правительственного сообщения о нападении фашистов на нашу страну. В нем звучали лозунги: "Ответим на удар врага сокрушительным ударом!", "Удесятерим трудовые усилия для помощи Красной Армии!", "Сметем с лица земли фашистских поджигателей войны!" 22 июня 1941 года в ночном выпуске "Последних известий" было передано первое сообщение с фронта. 3 июля 1941 года в 8 часов по радио выступил И. В. Сталин, призвавший советский народ мобилизовать все силы для разгрома фашистских захватчиков.

В самые напряженные для страны дни с обращением к народу у микрофона "Последних известий" выступали партийные и общественные деятели.

За период 1941–1945 годов только в выпусках "Последних известий" Центрального вещания было передано до 7 тыс. корреспонденций из действующей армии.

Основу программ информационного и общественно-политического вещания в годы войны составляли материалы Совин-формбюро. Всего за этот период радио передало 2373 таких материала, в том числе около 2 тыс. ежедневных сводок Совин-формбюро и 122 сообщения "В последний час". Эти сводки и сообщения многократно повторялись.

Совершенно по-иному, чем в мирное время, строилась вещательная сетка: место многих традиционных довоенных рубрик заняли фронтовые передачи, сводки и сообщения. Радиокомитет находился на военном положении.

7 ноября 1941 года был организован репортаж с Красной площади, где состоялся традиционный военный парад, посвященный годовщине Октябрьской революции. Враг находился в 25–40 км от Москвы, фашистские самолеты ежедневно по нескольку раз совершали налеты на столицу, и проведение парада в таких условиях являлось важнейшим политическим актом.

Один из организаторов репортажа, Н.М. Потапов, вспоминал, что подготовка к параду была срочно проведена в ночь на 7 ноября. Предполагалось, что репортаж будет записан на диски и в эфир пойдет в записи. "В ходе передачи, – рассказывает Н.М. Потапов, – нам сообщили, что репортаж дается в эфир. Это сообщение заставило участников передачи – В. Синявского, А. Фетисова, В. Гончарова и других – и встревожиться, и обрадоваться. Значит, Москва была в безопасности..."

Этот прямой репортаж с Красной площади Москвы с волнением слушала вся страна. Позже радио неоднократно повторяло его в записи. Участники парада прямо с Красной площади уходили на передовую.

В разгар битвы под Москвой непосредственно на полях сражений Всесоюзным радиокомитетом совместно с Политическим управлением Западного фронта были организованы передачи "Говорит Западный фронт!". 5 ноября 1941 года была сформирована выездная редакция фронтового вещания, редактором которой был назначен Н.М. Потапов, ответственным секретарем и дежурным редактором – М.Ф. Платов. В состав редакции входили также А.Т. Фетисов (погиб во время войны), В.С. Синявский, Г.Е. Красавцев и

Л.М. Шмонин. В эти передачи включались репортажи, записи боев, беседы с жителями освобожденных районов и партизанами. В них постоянно звучало горячее, воодушевляющее слово, столь необходимое в то время.

Для вещательных программ военных лет характерна их абсолютная централизация и легко объяснимый обстоятельствами высокий уровень цензуры.

Уже в первые дни войны всем гражданам СССР (за исключением лиц, получивших специальные разрешения) запрещалось использовать дома любые радиоприемники, кроме репродукторов проводного вещания. Чтобы реально выполнить этот запрет, граждане должны были сдать имеющиеся у них радиоприемники на государственное хранение. Гигантские склады радиоаппаратуры организовывались по всей территории СССР (к началу войны на руках у населения было более 1,3 млн. радиоприемников). Не сдавшие домашнюю радиотехнику подлежали наказанию по законам военного времени – немедленному аресту. Цель этой акции – лишить рядового гражданина возможности получать какую-либо информацию помимо той, которую сообщало Всесоюзное радио.

Естественно, что такие условия распространения информации позволяли монопольному вещателю – Радиокомитету (самому находившемуся под бдительным надзором цензуры и карательных органов) – корректировать сообщения о том или ином событии по своему усмотрению, а комментарию об этом событии придавать любую меру тенденциозности.

Вопрос о степени достоверности информации, как правило, не возникал – все события рассматривались прежде всего с точки зрения их соответствия или несоответствия генеральной пропагандистской задаче. Она же формулировалась лозунгами: "Наше дело правое! Враг будет разбит! Победа будет за нами!" и "Все для фронта, все для победы!" Сами по себе эти лозунги не вызывали и не могут вызывать сомнений. Но практическое их воплощение в конкретных журналистских материалах, а также страх несоответствия этой лозунговой логике часто приводили к искажению информации. Даже для корреспондента, вернувшегося с поля боя, существовали запреты. Например, нельзя было говорить о том, что немцы умело воюют, что некоторые образцы их оружия лучше наших, отечественных, и т.д.

В сообщениях Совинформбюро о положении на фронтах очень часто реальные факты приукрашивались, а иногда и грубо искажались, что особенно проявлялось в первые месяцы и первые годы войны. Поздней осенью 1941 года выдающийся русский ученый, академик В.И. Вернадский, записывает в своем дневнике: "Понять, что происходит на фронте, очень трудно. Радио бессовестно врет, а иного источника информации у нас нет".

Радиопередачи, предназначавшиеся для фронта, обычно носили митинговый, чисто пропагандистский характер. Одна их них – "Слушай, фронт!" – была создана 23 июня 1941 года по инициативе поэта Виктора Гусева. Эта ежедневная часовая программа выходила в эфир до середины октября 1941 года.

В Радиокомитет регулярно поступали корреспонденции из действующей армии. Их писали находившиеся на фронте штатные и нештатные корреспонденты Всесоюзного радио: В.И. Ардаматский, Ю.А. Арди-Мациевский, Е.Я. Барский, П.И. Майзлин, Г.Р. Нилов, М.Ф. Платов, П.А. Рогозинский, В.С. Синявский, Н.П. Стор, В.Г. Усманский, А.Т. Фетисов, А.М. Хамадан и многие другие.

1 июня 1942 года в эфире впервые прозвучали позывные новой передачи, которая открывалась словами: "Братья и сестры по ту сторону фронта, в тылу немецко-фашистских войск, временно подпавшие под иго угнетателей! Народные мстители – партизаны и партизанки, ведущие героическую борьбу против оккупантов! Слушайте нас ежедневно!" Так начала свою работу редакция передач для партизан. В передачи включались обзоры центральных газет, информации о партизанском движении и борьбе советских людей на оккупированной территории, сообщения под рубриками "Хроника советской жизни" и "Героические будни советского тыла", рассказывавшие о делах в промышленности и сельском хозяйстве, о достижениях науки и новостях культурной жизни страны. Под

рубрикой "Советы партизанам" в эфир шли передачи "Как уничтожать транспортные средства", "Искусство маскировки", "Противотанковое ружье Симонова", "Засады", "Выход из боя", "Нападение на населенный пункт", "Сбивать фашистские самолеты любым оружием пехотинца", "Снайпер против снайпера".

В эфире постоянно звучали передачи ярко выраженного публицистического характера, уже само название которых было боевым кличем, обращенным к соотечественникам: "Никакой пощады предателям!", "Проклятие и смерть оккупантам!", "Поднимем еще выше знамя всенародной партизанской войны!"

Составными частями передач для партизан обычно были концерты, а с начала 1943 года – письма партизанам от родных и товарищей. Редакция передач для партизан существовала до октября 1943 года и была ликвидирована в связи с коренным изменением положения на фронтах. Территория, на которой вели боевые действия партизанские отряды, становилась все меньше. Поэтому исчезла необходимость создавать специальные передачи для партизан.

Наряду с передачами, посвященными боевым действиям армии и флота, постоянно готовились передачи о самоотверженном труде советских людей в тылу. Фронтовики с большим интересом узнавали о жизни родных и близких в освобожденных городах, о восстановлении разрушенных предприятий, о работе заводов и фабрик.

Особое место в радиопропаганде военных лет занимают антифашистские митинги – одна из форм разоблачения идеологии нацизма. Они появились в самом начале войны и получили широкое распространение в последующие годы. Антифашистские митинги имели большой политический резонанс не только в Советском Союзе, но и в зарубежных странах. Так, в ответ на обращение "К ученым всего мира", принятое на первом антифашистском митинге советских ученых 12 октября 1941 года, их коллеги из многих стран прислали телеграммы, в которых восхищались мужеством и героизмом Красной Армии и выражали свою солидарность с ней.

С 5 августа 1943 года по радио стали передаваться приказы Главнокомандующего, в которых отмечались победы советских войск. После чтения приказов звучали артиллерийские салюты.

В годы войны родилась новая форма ежедневных документальных программ – "Письма на фронт" и "Письма с фронтов Отечественной войны". Их готовил специальный отдел, возглавляемый В.В. Каблучко. "Письма на фронт" впервые появились в эфире 9 июля 1941 года, а "Письма с фронтов" – в августе того же года. История этой программы такова. С первых дней июля 1941 года в Радиокомитет стали поступать тысячи писем, сообщающих фронтовикам о жизни, здоровье и судьбе членов их семей. Контроль над этой обширнейшей почтой взял на себя военный отдел Радиокомитета. Сначала передачи делались так: дикторы читали огромные, в несколько страниц, списки, где перечислялись фамилии и адреса приславших письма и назывались имена адресатов.

Однако эта форма передач просуществовала недолго. В Радиокомитете был организован специальный отдел, который получил название "Письма на фронт и с фронтов Отечественной войны". Новое редакционное подразделение начало свою работу с 11 августа 1941 года. С этого времени ежедневно в эфир выходило шесть передач, а с 9 мая 1944 года выпуски общей продолжительностью 1 час шли четыре раза в день. С помощью переданных в эфир писем 30216 семей восстановили связи с родными.

За время войны редакция получила более 2 млн. писем, и ею было подготовлено около 9 тыс. радиопередач "Письма на фронт" и "Письма с фронтов".

Когда в 1945 году Красная Армия вошла на территорию Германии, отдел политической агитации организовал цикл передач "У карты мира", рассказывавших об Австрии, Восточной Пруссии, Одере и Рейне. У микрофона выступали многие видные люди страны.

Методы работы и формы литературно-драматического вещания изменились с первых же дней войны. 25 июня 1941 года были объединены музыкальный и литературный отделы, а объем их программ значительно сократился. Но и в эти годы в тематическом плане вещания оставались произведения русской классической литературы. Передачи, сделанные по таким произведениям, воспитывали в людях горячую любовь к родине, укрепляли их веру в победу. Ведущим жанром литературно-драматического вещания стала публицистика и документальная проза. Во время войны в работе радио активно участвовали многие советские писатели: И.Г. Эренбург, АС. Новиков-Прибой, Л.С. Соболев, А.А. Сурков, М.С. Шагинян, С.Я. Маршак, К.М. Симонов, Л.А. Кассиль, В.П. Катаев. У микрофона Ленинградского радио прозвучали стихи Анны Ахматовой, страстные публицистические монологи Всеволода Вишневского, патриотическая лирика Ольги Берггольц.

Большой популярностью у радиослушателей пользовались острые памфлеты-фельетоны В.А. Дыховичного и Л.С. Ленча. Радиофельетоны Дыховичного "Все дороги ведут в Берлин", "Узелок на память", "Москва слезам не верит", "13 стульев", "О доблестях, о подвигах, о славе...", "Два тоста" являли собой пример боевой радиопублицистики, занявшей достойное место в программах литературно-драматического вещания.

В начале войны на радио возникла такая новая форма радиопередачи, как литературный дневник: писатели, журналисты выступали на самые разные темы – от современных до исторических. Дневник выпускался один раз в месяц.

Радио организовало цикл передач для бойцов, командиров и политработников Красной Армии "Московские театры – фронту". В этих регулярных радиопередачах принимали участие лучшие мастера сцены. От коллектива Большого театра СССР, открывшего цикл программ, Красную Армию приветствовал художественный руководитель театра народный артист СССР С.А. Самосуд. Для фронта транслировались отрывки из оперы "Евгений Онегин".

Если до Сталинградской битвы и битвы на Курской дуге в программах радиовещания преобладала политическая информация и публицистика, то, по мере того как советские войска одерживали одну победу за другой, в вещании возрастал удельный вес литературно-драматических и музыкальных передач. У радиопублицистики появилась новая тема – восстановление районов, освобожденных от врага.

В программы художественного вещания включалось все лучшее, созданное нашей литературой и искусством. Большим событием в жизни советского радио тех лет стал цикл программ по роману Л.Н. Толстого "Война и мир" в исполнении Д.Н. Орлова (первая передача состоялась 6 августа 1940 года), чтение А.Т. Твардовским отрывка из поэмы "Василий Теркин" (30 апреля 1944 года).

Радио активно помогало распространению патриотических, героических и лирических песен военного времени; именно оно дало путевку в жизнь таким песням, как "Священная война", "На позицию девушка...", "В лесу прифронтовом", "Шумел сурово Брянский лес...", "Эх, дороги..." и др.

Большую роль в годы Великой Отечественной войны играло московское вещание на зарубежные страны. До войны оно велось на 13 языках общим объемом 30 часов в сутки. В первые месяцы войны советское радио начало передачи на целом ряде языков, которые раньше не использовались: словацком, греческом, турецком, иранском, польском, голландском и норвежском. Уже к концу 1941 года программы передавались на 21 языке, а их общий объем составлял более 51 часа в сутки. Параллельно с вещанием из Москвы Всесоюзный радиокомитет организовал передачи и из других городов Советского Союза.

Война поставила перед радиопропагандой на зарубежные страны совершенно новые задачи. Важнейшей функцией иновещания стала контрпропаганда. Определилось несколько направлений вещания на иностранных языках – на вражеские и нейтральные страны. Центральное место в радиопередачах занимали сообщения Совинформбюро и официальные выступления руководителей Советского государства.

Значительную роль во всей работе советского радио сыграли многие видные иностранные общественные деятели, писатели, ученые. Многие из них принимали непосредственное участие в организации вещания, были постоянными комментаторами и обозревателями Московского радио.

В течение всей войны в Москву приходили письма от зарубежных слушателей. Они свидетельствовали о том, что в оккупированных фашистами странах коммунисты, бойцы отрядов Сопротивления, а также группы рядовых слушателей регулярно принимали передачи советского радио. Отзывы говорили о том, что советское радио оказывало большую моральную и политическую помощь сплочению патриотических сил, развертыванию подпольной работы и партизанской войны в ряде стран. Великий французский ученый Фредерик Жолио-Кюри, вспоминая военную пору, говорил у микрофона Московского радио: "Глубокое волнение овладевает мной, когда я выступаю у микрофона, через который во время долгих лет войны и оккупации летело в эфир столько слов ободрения и надежды. Передачи Московского радио оказали большую услугу французскому движению Сопротивления".

15 февраля 1945 года была восстановлена в эфире Вторая программа Центрального радио, ликвидированная в первые дни войны одновременно с изъятием радиоприемников у населения. В ряде городов объявили о том, что граждане могут получить обратно свое радиоимущество. Но полномасштабным этот процесс стал только осенью и зимой 1945/46 года, то есть уже после победы антигитлеровской коалиции над Японией.

2 мая 1945 года в 14 часов 45 минут корреспондент Ленинградского радио Лазарь Маграчев сообщил из Берлина: "Дорогие товарищи! Ваш корреспондент говорит у микрофона, установленного на улице Унтер ден Линден в центре Берлина... Сегодня советские войска овладели столицей гитлеровской Германии. Над рейхстагом реет красное знамя нашей победы, а по Унтер ден Линден шагают наши солдаты. Они пришли сюда от стен Ленинграда, с берегов Волги, из степей Украины... И они добыли победу, за которую так долго боролись..." 8 мая 1945 года в 23 часа 30 минут Л.Е. Маграчев сообщил из Берлина: "Мы находимся в здании немецкого саперного училища в Карлсхорсте, под Берлином, где представители Союзного командования и делегация Верховного Главнокомандования немецкой армии сейчас подпишут акт о безоговорочной капитуляции Германии".

9 мая 1945 года по радио от имени партии и правительства выступил И.В. Сталин с обращением к народу в связи с победой над гитлеровской Германией. В тот же день в 22 часа все радиостанции Советского Союза транслировали торжественный салют в Москве в честь воинов героической Красной Армии и Военно-Морского Флота, одержавших победу над немецко-фашистскими захватчиками. 24 июня 1945 года с Красной площади транслировался репортаж о Параде Победы над гитлеровской Германией.

Радио тоталитарного государства (продолжение: 1945–1970)

Возвращению к мирному послевоенному труду после победы над гитлеровской Германией сопутствовал ряд факторов, отягощавших жизнь народа. Во-первых, разруха на бывших оккупированных территориях. Немцы успешно применяли тактику "выжженной земли", оставляя после себя развалины и пепелища. Во-вторых, обострение противостояния СССР и его бывших союзников по антигитлеровской коалиции, названное "холодной войной", и как следствие – гонка вооружений, требующая гигантских материальных, финансовых и людских ресурсов. В-третьих, разочарование населения, ожидавшего достаточно быстрого улучшения условий жизни после победы (только через два с

половиной года после победы были отменены карточки на питание; объявляемое ежегодно снижение цен на ряд продовольственных и промышленных товаров на практике представляло собой, скорее, пропагандистскую акцию, чем экономическое достижение: сталинский министр финансов А.Г. Зверев позднее откровенно писал, что снижение цен компенсировалось в бюджете снижением расценок в оплате за труд).

В таких условиях перед радио, как и перед другими средствами массовой информации и пропаганды, ставилась задача объяснить народу, что трудности восстановления народного хозяйства потребуют от граждан СССР дополнительных жертв, но они должны быть уверены, что эти жертвы последние.

Пропагандистская машина, ориентированная на манипулирование общественным сознанием в условиях тоталитарного государства, была запущена на полную мощность.

Еще больше усиливается цензура (теперь ее легче осуществлять и технически), из эфира практически исчезают так называемые "прямые передачи", почти все программы (за исключением новостных выпусков "Последних известий") идут в звукозаписи.

К концу 1946 года, по признанию тогдашнего председателя Радиокомитета Д.А. Поликарпова, 95% всего времени вещания было занято передачами, заранее фиксированными на пленке. Соответственно усиливается контроль и за подбором кадров радиовещания. Именно в это время в кругу радиожурналистов приобрела популярность слегка перефразированная пословица: "Слово не воробей, поймают – вылетишь!"

Развитие радиовещания и телевидения в послевоенные годы требовало совершенствования организации и структуры этих средств коммуникации. В июле 1949 года единый для страны Всесоюзный комитет по радиофикации и радиовещанию, созданный в 1933 году, был преобразован в два радиовещательных органа всесоюзного значения – Комитет радиоинформации и Комитет радиовещания при Совете Министров СССР. На первый возлагалась задача внутреннего радиовещания, на второй – вещания на зарубежные страны. Реформу обусловила заметно возросшая роль радиовещания на зарубежные страны в военные и первые послевоенные годы (резко увеличились его объемы, расширилось количество языков и зон вещания). В марте 1953 года вместе с проведенной реорганизацией системы центральных учреждений и ведомств взамен двух комитетов были созданы Главное управление радиоинформации и Главное управление радиовещания в составе только что образованного Министерства культуры СССР.

В первые послевоенные годы из наследия В.И. Ленина руководством партии и лично И.В. Сталиным вновь была востребована политика, суть которой составляли антиинтеллектуальные тенденции и разжигание классовой борьбы, подталкивание к противостоянию с Западом. Культура, наука, образование, даже теоретические принципы государственного устройства директивно были поделены на прогрессивные (отечественные, социалистические) и буржуазные, т.е. вражеские, а потому подлежащие искоренению.

Сталин не останавливался даже перед запретом той или иной отрасли знаний – так, например, запрещены были генетика, а позднее кибернетика.

Организуются пропагандистские кампании против философов-идеалистов, биологов-генетиков, литераторов, которые пишут "неправильные" стихи и романы, против актеров и режиссеров, которые ставят "не те" пьесы, кинематографистов, которые снимают "неправильные" фильмы, и композиторов, которые сочиняют "неправильную" музыку. По каждому поводу выходят специальные постановления Центрального Комитета партии, собираются всесоюзные совещания, где хором травят "провинившихся", демонстрируя верность руководству страны и лично великому вождю всех народов и корифею, т.е. главному специалисту во всех областях науки и культуры товарищу Сталину.

Все это находит свое отражение в программах радиовещания, причем не только в общественно-политических, но в и претендующих называться литературно-художественными. Из эфира исчезают имена А. Ахматовой, М. Зощенко, Д. Шостаковича, С. Эйзенштейна и многих других выдающихся мастеров культуры, вина которых

заключалась лишь в том, что они нелестно были упомянуты в каком-либо постановлении ЦК ВКП(б).

Среди задач, которые стояли перед радио, была и такая: объяснить советскому народу, что все открытое или изобретенное человечеством, представляющее хоть небольшую ценность, прежде появилось в России и только потом за ее пределами. Это была часть кампании против так называемых "космополитов" – интеллигентов, которые считали себя гражданами мира и общечеловеческие ценности ставили выше сугубо национальных. В них видели людей, враждебных России, оторвавшихся от своего народа, антипатриотов.

Так Сталин опускал "железный занавес" между СССР и всем остальным миром, стремясь сохранить и упрочить свою власть. А для этого надо было всеми возможными средствами и способами искоренять инакомыслие и инакомыслящих.

В общественно-политических и научно-образовательных передачах Всесоюзного радио тема борьбы с "враждебным влиянием" занимала одно из первых мест. Однако следует обратить внимание на такой парадокс: не имея возможности привлекать в качестве исходного материала богатство мировой истории и культуры, сосредоточивая силы на исследовании отечественной науки, русского искусства, работники Всесоюзного радио, вынужденно обращаясь к уже известным и часто ранее использованным материалам из истории страны, находили новые глубины, новые интересные аспекты и новые интересные формы их отражения в звуке.

Так, например, в 1952 году родился "Научный радиотеатр" – цикл спектаклей и радиокомпозиций о творческих свершениях отечественных деятелей науки и техники. Прозвучавшие в эфире сценические произведения можно по праву считать плодом тесного творческого содружества на радио литературы, науки и искусства. В спектаклях, подготовленных ведущими режиссерами Всесоюзного радио, были заняты крупнейшие мастера советского театра: М. Астангов, В. Белокуров, М. Болдуман, А. Грибов, В. Ершов, А. Кторов, Н. Плотников, Р. Плятт, Е. Самойлов, Л. Свердлин, Б. Смирнов, В. Топорков, М. Штраух, Ю. Яковлев и др. Инициатором, художественным руководителем этой рубрики и автором многих спектаклей был радиодраматург Роман Глиер. Вместе с ним над новеллами и композициями, посвященными деятелям отечественной и мировой науки, работали режиссеры В.С. Гейман, Э.Г. Верник, П.А. Горбунов и др. Это была очень важная для нашего вещания практика, ибо в ней отрабатывались эстетические и технологические принципы и критерии того художественного направления, которое позднее, уже в 60-е годы, станет ведущим на нашем радио, и, в частности, отрабатывались приемы соединения строго документальных, исторически достоверных материалов с авторской фантазией, с игрой актеров, с режиссерскими приемами монтажа, которые свойственны были игровому радио и кинематографу.

Самое живое и заинтересованное участие в работе над научно-художественными передачами принимали также ученые Московского университета имени М.В. Ломоносова, Института истории естествознания и техники Академии наук СССР и других научно-исследовательских учреждений страны. Лучшие из радиопостановок успешно выдержали испытание временем и вошли в "золотой" фонд радио.

25 января 1947 года ЦК ВКП(б) принял постановление "О мерах по улучшению центрального вещания", ужесточавшее требования к радио как средству агитации и пропаганды. Для партийных документов такого рода эти требования не выходили за рамки чисто формальных указаний. Ряд критических замечаний трудно признать несправедливыми – особенно в сфере организации информационного обеспечения общества. Произошла определенная перестройка сетки вещания.

Ведущее место в программах заняла оперативная информация. По радио ежедневно передавались 12 выпусков "Последних известий" и 3 обзора центральных газет. Начиная с марта 1946 года еженедельно, по воскресеньям, в эфире звучала получасовая передача "Новости недели", которую транслировали радиостанции всех республик, краев и областей (затем она трансформировалась в радиожурнал "С микрофоном по родной стране").

После окончания войны активно развивался процесс восстановления всех видов художественного вещания. В программах Центрального и местного радио быстро возрастал удельный вес литературных и музыкальных передач, радиотеатра. В вечерние часы и по воскресным дням было увеличено число концертов, расширен общий объем литературно-драматического вещания. Широкая пропаганда лучших произведений русской классической и советской литературы, ознакомление слушателей с литературой социалистических стран и произведениями прогрессивных писателей Запада – эти задачи определяли работу редакции литературно-драматического вещания.

Продолжало развиваться и музыкальное вещание. В июне 1947 года передавался первый концерт-загадка, программа которого была составлена радиослушателями. Диктор объявлял название произведения и автора, но не перед исполнением, а после него. Такой способ ведения концерта вызывал интерес к музыке, развивал слух и музыкальную память. 21 октября 1952 года был открыт Радиофестиваль русской песни, который продолжался полтора месяца. В нем участвовали коллективы художественной самодеятельности 27 городов РСФСР. В этом же году по программам Центрального радио ежедневно шло 45–50 концертов, общий объем звучания которых превышал 25 часов. Систематически звучали музыкально-образовательные передачи, концерты-лекции, концерты по заявкам слушателей, музыкальные обозрения, концерты художественной самодеятельности, музыкальные радиожурналы и радиосборники.

К сожалению, уже в предвоенные годы опыты по созданию спектаклей на основе пьес, написанных специально для радио, проводились все реже и реже. В послевоенные годы они полностью прекратились. Произошло это по нескольким причинам. Во-первых, многие маститые авторы пренебрегали работой для радио, считая ее литературной поденщиной и творчеством "второго сорта" не только потому, что за нее платили гораздо меньше, чем в театре (любое произведение, прошедшее по радио, считалось собственностью государства в лице Радиокомитета и при повторе никакого вознаграждения ни авторам, ни исполнителям дополнительно к начальному гонорару не выплачивалось, тогда как за постановку пьесы на сцене автор получал процент со сбора от каждого представления), – отпугивала жесточайшая цензура, куда более капризная и строгая, чем общая издательская и театральная.

В свою очередь и Радиокомитет, а точнее, курирующие его инстанции не стимулировали появления оригинальных радиопьес. Этот жанр, по мнению доморощенных социопсихологов из различных партийных инстанций, вообще мало подходил для культурного развития советского человека. Радио в своих эстетических реалиях ориентировалось не только на слово, но и на звук, на сочетание музыки и шумов, позволяющих управлять фантазией слушателя. А эту фантазию, ассоциативные ряды, выстраивавшиеся под воздействием радиопроизведения, контролировать было много сложнее, чем обычный текст, где цензор мог заранее вычеркнуть все сомнительные слова и фразы. В условиях жизни страны, ориентированной на подавление инакомыслия и воспитание стандартов мышления, та свобода воображения, которую подразумевала истинная радиодраматургия, кое-кому казалась социально опасной.

Тем не менее в 40-е годы еще больше утвердилась рубрика "Театр у микрофона", включавшая в себя не только трансляции из театров, но и другие формы пропаганды сценического искусства: монтажи спектаклей, обозрения, тематические вечера, творческие портреты актеров и режиссеров и т. д. При выпуске такой передачи имело место некоторое послабление бдительности цензоров на радио: театральные представления уже прошли цензуру литературного ведомства и Комитета по делам искусств, и, таким образом, мера личной ответственности охранителей гостайны и идеологических ценностей на радио резко снижалась.

Такая цензурная политика давала о себе знать совершенно отчетливо. Например, в 1951 году под рубрикой "Театр у микрофона" Центральное радио передало 215 спектаклей,

тематических передач и творческих вечеров. Больше половины постановок были посвящены современной теме. Редакция записала 32 спектакля московских и местных театров по пьесам А.М. Горького "Враги", "Егор Булычев и другие", В.В. Иванова "Бронепоезд 14-69", А.А. Крона "Глубокая разведка" и др. Отдельные спектакли Радиотеатра все же появлялись чаще на основе театральных пьес, признанных советской классикой. В июне 1951 года в постановке народного артиста СССР Р.Н. Симонова в радиоэфире звучал спектакль "Баня" по пьесе В. В. Маяковского, в котором участвовали народные артисты СССР И.В. Ильинский, А.Н. Грибов, В.П. Марецкая, а музыку написал композитор В.Я. Шебалин.

Это был факт общекультурной жизни, ибо сатирическая пьеса В.В. Маяковского о коммунистическом чванстве и глупости всевозможных главначпупсов – главных начальников по управлению согласованиями – была негласно запрещена театральной цензурой. И в этом случае радио не просто выступило первооткрывателем давно забытой и много лет не печатавшейся пьесы, оно взяло на себя и успешно выполнило миссию бунтаря и возбудителя общественного мнения. Цензура попросту просмотрела эту радиопремьеру, по собственной некомпетентности решив, что "лучший, талантливейший поэт советской эпохи", как характеризовал Маяковского сам Сталин, ничего антисоветского себе не позволит. К тому же и "звездный" состав участников "ослепил" цензора – и у постановщика, и у исполнителей главных ролей на груди сверкали как минимум по четыре медали лауреатов Сталинской премии.

Премьера "Бани", по сути, вернула в радиоэфир целое направление отечественной аудиокультуры, в которое вскоре придут работать выдающиеся мастера театра и кино: А. Баталов, Андрей Тарковский, А. Эфрос, Г. Товстоногов, Ю. Любимов, М. Захаров, чтобы продолжить традиции В. Качалова, О. Абдулова, М. Бабановой, В. Сперантовой и их коллег.

К 1955 году относится возникновение новой передачи – устного рассказа у микрофона. С такими рассказами по радио выступали С.В. Образцов, Н.К. Черкасов, В.П. Чирков, В.М. Инбер. В непринужденном рассказе у микрофона, в разговорной интонации ярко проявилась специфика радиопублицистики.

Одним из наиболее характерных процессов развития советского радиовещания после войны стал интенсивный рост объема вещания для детей, юношества и молодежи. В программах возобновляются некоторые передачи и рубрики, появившиеся еще в довоенный период, и создаются новые передачи различных форм и жанров, адресованные детской и молодежной радиоаудитории. Отметим наиболее значительные и интересные их них.

В октябре 1946 года на радио стал выходить ежемесячный литературный журнал "Невидимка", адресованный школьникам среднего и старшего возраста. Назначение этой периодической передачи состояло в том, чтобы знакомить слушателей с новинками отечественной и зарубежной литературы, расширять и углублять знания, которые давала школьная программа. Радиожурнал включал критические статьи, обзоры, рецензии, очерки, написанные видными литературоведами и критиками. В состав редколлегии журнала входили Л.А. Кассиль (ответственный редактор), В.М. Инбер, В.А. Каверин, С.В. Михалков, К.Г. Паустовский.

В декабре 1945 года Центральное радио начало выпускать детский географический радиожурнал "Клуб знаменитых капитанов" в форме пьес, где главные действующие лица – герои любимых детских книг: капитан Немо, Гулливер, Робинзон Крузо, Дик Сэнд, Барон Мюнхгаузен и др.

Почти 40 лет знаменитые капитаны собирались на заседания и рассказывали школьникам о великих путешественниках, об истории географических открытий, о последних достижениях науки и чудесных явлениях природы. На многочисленные письма юных слушателей они отвечали в специальной передаче "Почтовый дилижанс" (авторы обеих передач В.М. Крепе и К.Б. Минц).

3 мая 1947 года в эфире звучал первый выпуск географического радиожурнала "По родной стране". Этот двухнедельный радиожурнал, рассчитанный на детей старшего и среднего школьного возраста, содержал большой познавательный материал об экономике, почвенно-климатических условиях, природных богатствах нашей страны. Его ответственным редактором был академик А.А. Григорьев.

В декабре 1947 года в эфир вышла новая передача для детей – "Радиоклуб юных географов". На собраниях клуба ученые – географы, геологи, зоологи и ботаники – рассказывали юным слушателям о пионерских экспедициях, о своих научных работах и открытиях, отвечали на вопросы и давали полезные советы. В актив радиоклуба входили также моряки, летчики, студенты-географы и геологи.

6 апреля 1948 года – день рождения "Музыкальной шкатулки", одной из популярных музыкальных передач для детей.

В ноябре 1949 года вышла в эфир радиопередача по любимой детьми сказке АН. Толстого "Золотой ключик", в которой роли всех действующих лиц сыграл Н.В. Литвинов (режиссер передачи Р.М. Иоффе). В ней были интересно использованы технические возможности радио. Записывая, например, человеческий голос на медленно движущейся магнитной пленке, а затем пуская ее с обычной скоростью, режиссер создала "сказочный", своеобразно звучащий "деревянный" голос Буратино. Примененный режиссером прием "наложения" помог одному артисту не только изобразить шум целой толпы, но и спеть дуэт двумя разными голосами.

В марте 1954 года Центральное радио начало новый цикл научно-популярных передач для юношества под названием "Мир, в котором мы живем". В популярной форме ребятам старшего возраста рассказывалось о целостном материальном мире природы, взаимосвязи явлений микро- и макромира, познаваемости Вселенной. Цикл состоял из четырех разделов: "В мире невидимого", "Вселенная и атом", "Руками человечества", "В мире миров", каждый из которых включал несколько бесед и очерков.

XX и XXII съезды партии, в 1956 и 1961 годах осудившие культ личности Сталина, указывали на необходимость радио стать не формальным, а подлинным аккумулятором общественного мнения, средством общения миллионов людей, которым надо было вернуть ощущение достоинства и чувство личной ответственности за дела всей страны. Иначе говоря, перед радио была поставлена задача обратиться к формам и методам работы, которые не противопоставляли бы его слушателям, а соответствовали реальным потребностям аудитории.

Задачи были сформулированы, но реализовывались они с большим трудом. Груз наработанных навыков и страх ошибки были чрезвычайно тяжелы и сильны. Достаточно привести один пример.

После XX и особенно XXII съездов встал вопрос о том, что партии и народу необходимо возвратить их собственную историю без тех "белых пятен", которые возникли на месте имен и событий, преданных забвению по воле Сталина и его окружения, – а это было множество событий и десятки тысяч имен – людей, расстрелянных в подвалах ЧК-ГПУ-НКВД-МГБ-КГБ.

Чтобы выполнить эту задачу хотя бы в минимальном объеме, журналисты Главной редакции пропаганды выступили с идеей создания цикла радиобиографий замечательных людей и событий: подразумевалось, что о каждом из них радио создаст спектакль в жанре документальной драмы – эта форма социального и политического просвещения представлялась куда более эффективной, чем традиционные лекции. Идея была реализована, и в рамках "Ленинского университета миллионов" (постоянная рубрика Всесоюзного радио) начали проводиться интересные радиопредставления – об истории плана электрификации России, о НЭПе, о подлинных обстоятельствах строительства Днепрогэса и Магнитки и еще о многом, о чем раньше предпочитали умалчивать; вышли в

эфир театрализованные (на строгой документальной основе) радиобиографии ряда известных в прошлом деятелей государства. Но все это произошло только во второй половине 60-х – десять лет понадобилось работникам редакций, чтобы убедиться в своем праве работать по-новому. К тому же мешала и постоянная организационно-административная наразбериха, которая сопутствовала в этот период работе радиовещания.

В 1957 году радиовещание и телевидение выделились из системы Министерства культуры СССР. 16 мая 1957 года в соответствии с Постановлением Совета Министров СССР был образован Государственный комитет по радиовещанию и телевидению при Совете Министров СССР. Руководство радиовещанием на зарубежные страны в это же время было передано Государственному комитету по культурным связям с зарубежными странами, куда оно вошло в качестве специального Главного управления. Однако в мае 1959 года иновещание вновь включили в состав Радиокомитета. Кроме центрального радиовещания и Центральной студии телевидения в его систему входила также широкая сеть вещательных организаций: 14 комитетов союзных республик, 19 комитетов автономных республик, 125 краевых и областных комитетов и редакций, 183 городские и районные редакции. Таким образом, структура Государственного комитета по радиовещанию и телевидению к началу 60-х годов включала в себя 343 вещательные организации. Крупнейшей среди них было Центральное радиовещание.

С 1 октября 1960 года Всесоюзное радио впервые стало круглосуточным. Объем вещания возрос до 77 часов 15 минут в сутки. 15 октября 1962 года было введено новое расписание передач Центрального радио, основная особенность которого состояла в том, что в нем содержательно определялся характер передач, шедших в предусмотренные расписанием отрезки времени.

15 апреля 1963 года начала функционировать V (круглосуточная) программа Всесоюзного радио, предназначенная для советских людей, находившихся за рубежом, и для зарубежных слушателей, владеющих русским языком или изучающих его. Коренные изменения претерпели и другие программы. С 7 до 12 часов в сутки увеличился объем III программы. Была перестроена и IV программа: она передавалась для населения Дальнего Востока и Восточной Сибири 20 часов в сутки (IV-А-программа) и отдельно в таком же объеме – для населения Западной Сибири и Средней Азии (IV-Б-программа).

Стремясь к большей оперативности и более полному удовлетворению запросов слушателей в политической информации, редакция "Последних известий" с 1 января 1958 года ежедневно стала передавать в эфир 18 выпусков (вместо прежних 12); в них содержалось 120–130 оперативных сообщений о событиях внутренней и зарубежной жизни. Значительное место занимала экономическая информация. Радио информировало слушателей о борьбе за технический прогресс, вело большую организаторскую работу, используя для этого радиомосты и радиопереклички.

Замечательные страницы в истории советского радиовещания – передачи, посвященные завоеванию космоса. Широко и оперативно освещались в "Последних известиях" запуски искусственных спутников Земли и космических ракет. Через несколько минут после официального сообщения о запуске спутника по радио звучали его сигналы, записанные на пленку; слушатели получали информацию о движении спутников над различными районами страны; у микрофона "Последних известий" с комментариями выступали видные ученые. Радио передавало также многочисленные отклики советских ученых, рабочих и общественности зарубежных стран. В ночь со 2 на 3 января 1959 года радио сообщило об успешном запуске первой в мире советской космической ракеты. 12 апреля 1961 года в 10 часов 02 минуты все радиостанции Советского Союза передали сообщение ТАСС, в котором говорилось, что в Советском Союзе выведен на орбиту вокруг Земли первый в мире космический корабль-спутник "Восток" с человеком на борту и что пилотом-космонавтом является майор Гагарин Юрий Алексеевич. Лучшие "космические" и другие передачи, фрагменты из радиоспектаклей, песни-репортажи Юрия Визбора были

зафиксированы на гибких пластинках звукового журнала "Кругозор", который Радиокомитет выпускал с 1964 по 1970 год.

Конечно, и в этих передачах пропагандистские задачи играли главную роль и, естественно, происходила определенная коррекция информации: затушевывались любые сложности, возникавшие на пути человека в космос, о неудачах умалчивалось, да и в рассказах об удачных полетах подлинная атмосфера событий, как правило, до слушателей не доходила. Например, во время полета в космос Валентина Терешкова вышла в эфир прямо с орбиты с целым рядом претензий к наземным службам, к своим учителям и руководителям полета, и сделала это в очень откровенной и достаточно нервной форме. Разумеется, этот диалог с Центром управления в радиорепортажи не попал – разрушать героический образ советских космонавтов, у которых ни на земле, ни в небе никаких проблем не существует, не было дозволено никому.

И все же к началу 60-х годов, а особенно после XXII съезда партии "послесталинская" перестройка жизни стала давать свои плоды и на радио. Радиожурналисты уже не только стремились своевременно освещать крупнейшие события, но и искали новые формы и приемы подачи информации. Так, отдел международной информации Главной редакции "Последних известий" ввел в постоянную практику передачу репортажей и телефонных разговоров, являющихся убедительной иллюстрацией к той или иной политической теме. 27 февраля 1962 года Центральное радио ввело новую передачу "Международные обозреватели за круглым столом", организованную по просьбам радиослушателей.

Летом 1962 года в газетах появилось сообщение о предстоящем в Москве Всемирном конгрессе за всеобщее разоружение и мир, в подготовке к конгрессу приняли участие все редакции Центрального радио. Была задумана и магистральная передача – тематический радиодень. Вещательная программа одного дня, составленная по общему сценарию, предусматривала разнообразную информацию: оперативные репортажи, ответы на письма из многих стран, радиоанкету, проведенную среди государственных и общественных деятелей, ученых и писателей. Этот радиодень был назван "Мы живем на одной параллели".

К 1964 году число ежедневных выпусков "Последних известий" по основным программам Всесоюзного радио возросло до 50. Но и такой значительный объем радиоинформации далеко не полностью мог удовлетворить информационные потребности миллионов радиослушателей. Остро ощущалась необходимость в создании новых передач, в резком увеличении объема передаваемой информации, в повышении оперативности. Эти причины и обусловили появление в структуре радиовещания новой программы "Маяк", созданной на основании постановления ЦК КПСС от 24 июня 1964 года "Об улучшении информации на радио". В постановлении говорилось: «Радиопрограмма "Маяк" должна содержать оперативную информацию (не реже двух выпусков в час) о важнейших событиях экономической, политической, культурной жизни в СССР и зарубежных странах, краткие комментарии на тему дня, новости спорта, репортажи, интервью, создавать путем тщательного отбора и продуманного повторения наиболее важных новостей политически верную картину событий внутренней и международной жизни. Радиопрограмма "Маяк" должна состоять также из коротких передач симфонической и эстрадной музыки, народных, советских и зарубежных песен, номеров эстрады, коротких рассказов и композиций».

Так была сформулирована концепция принципиально новой радиопрограммы. Новизна "Маяка" проявилась и в его нетрадиционной для советских радиопрограмм структуре, в основе которой лежал часовой отрезок вещания, включавший в себя два кратких выпуска новостей: в начале и середине каждого часа. За выпуском новостей следовали музыка или какой-либо другой материал, преимущественно развлекательного характера.

Характеризуя концепцию нового канала, надо сказать также и о своеобразии его стиля. Это программа быстрого и напряженного ритма, соответствующего ритму жизни современного

человека. Ее отличают краткость информационных и музыкальных передач, лаконизм сообщений, экономичность в использовании речевых средств.

"Маяк" начал функционировать 1 августа 1964 года.

Заметным явлением в программах Всесоюзного радио в 1965 году стали передачи, посвященные 20-летию победы советского народа над гитлеровской Германией. Здесь, прежде всего, следует назвать большой документально-художественный цикл "Подвиг народа". Радиожурналисты провели огромную работу по розыску и переписи сотен уникальных записей, сделанных в Москве, на освобожденных территориях нашей страны и за границей во время войны и после ее окончания. Эти передачи шли ежедневно с 20 марта по 15 мая (всего за этот период в эфире прошло более 60 выпусков общим объемом в 61 час). Они представляли собой художественно-документальные рассказы, радиокомпозиции, радиоочерки и радиофильмы, в художественную ткань которых органически входили документальные звукозаписи: рассказы у микрофона прославленных полководцев Великой Отечественной войны, Героев Советского Союза, голоса бывших партизан и подпольщиков.

Главными пропагандистскими кампаниями радио в конце 60-х годов были подготовка и проведение двух юбилеев – 50-летие Октябрьской революции в 1967 году и 100-летие со дня рождения В.И. Ленина в 1970-м. Все планы вещания составлялись прежде всего с учетом этих дат, все редакции работали в первую очередь на эти темы. Все это, естественно, привело к "эффекту бумеранга", т.е. вызвало негативную реакцию у аудитории. То, что пытались утвердить в сознании слушателя как социально значимое событие, порождало анекдоты такого типа:

"– Петров, почему вы сегодня пришли на работу небритым? – спрашивает начальник у подчиненного.

– Я электробритву включил, а оттуда про Ильича говорят..."

Радиожурналисты еще раз смогли убедиться, что аудитория воспринимает пропагандистский материал лишь тогда, когда для него найдена интересная и неожиданная форма. Практика показала, что наиболее интересными в этом плане оказались драматизированные радиохроники, в которых литературные тексты, документы, комментарии журналистов и музыка, соответствующая случаю, выстраивались по законам театрализованной композиции.

В 1956 году из Главной редакции радиовещания для детей и юношества выделилась в качестве самостоятельной редакция вещания для молодежи. Это позволило более четко определить возрастной состав слушателей и разграничить тематику передач, рассчитанных на различные возрастные группы. Внутри молодежной программы появилась дифференциация: специальные рубрики адресовались учащимся школ рабочей и сельской молодежи, студентам, воинам Советской Армии. В октябре 1962 года на базе этой редакции была создана радиостанция "Юность".

Литературно-драматическое вещание пропагандировало наиболее значительные произведения советской и зарубежной литературы, драматургии и русской классики; регулярно привлекались к выступлениям у микрофона писатели и публицисты. В эфире появились часовые передачи "Мастера советской поэзии". В "Литературных вечерах" был создан раздел "Звуковые публикации", который вел писатель Ираклий Андроников, в нем прозвучали записи голосов В. Маяковского, С. Есенина, Э. Багрицкого. "Библиотека новинок советской литературы" информировала о новых книгах.

Широкое признание у слушателей получил созданный в сентябре 1959 года "Радиоуниверситет культуры". Передачи университета представляли собой новую и интересную форму, они давали слушателям возможность систематически и последовательно накапливать знания, необходимые для современного человека.

Второе рождение переживала к тому времени радиодрама. Аудитория радиотеатра по своим размерам превышала аудиторию не только театра, но и кино. Но задача создания оригинальной радиодраматургии продолжала оставаться нерешенной. Центральное вещание

привлекло в качестве авторов радиопьес известных писателей и драматургов. При Главной редакции литературно-драматического вещания была организована сценарная группа, задачей которой являлось создание оригинальных радиопьес.

В 60-е годы работа в этой области активизировалась. Оригинальные произведения радиотеатра создавались не только в редакции художественного, но и общественно-политического, молодежного и детского вещания.

Развитие радиотеатра происходило по нескольким направлениям.

После 30-летнего перерыва в эфире вновь зазвучали оригинальные отечественные радиопьесы – этим жанром занялась группа авторов, среди которых были А. Вейцлер, А. Мишарин, С. Гансовский, А. Кучаев и др. В большинстве своем это были люди, хорошо владевшие спецификой радиожурналистики, и потому их литературные опыты в постановках, как правило, штатных режиссеров радио быстро завоевали внимание аудитории.

С инсценировками крупных литературных произведений отечественной и мировой классики в студию радио пришли многие видные режиссеры кино. Среди замечательных работ этого периода – радиоспектакль Андрея Тарковского "Полный поворот кругом" по У. Фолкнеру; цикл "Герой нашего времени" по М. Лермонтову, поставленный А. Баталовым; радиотрагедия "Верность" по пьесе Ольги Берггольц, записанная на пленку Г. Товстоноговым; инсценировки рассказа К. Паустовского "Телеграмма" и романа Р. Бредбери "451 по Фаренгейту", написанные и срежиссированные у микрофона Л. Веледницкой.

Важным эстетическим и программным открытием стал цикл документальных спектаклей С.Н. Колосова, первым утвердившего в отечественном эфире жанр многосерийной доку-драмы. С. Колосов осуществил постановку "Вызываем огонь на себя" – о подполье времен войны с фашизмом (позднее эта радиоверсия подлинных событий 1941–1942 годов получила свое экранное воплощение).

"Литературные чтения", особенно многосерийные, ориентировались прежде всего на встречу слушателей с известными актерами. Так появились 18 серий "Хождения по мукам" А.Н. Толстого с Л.И. Касаткиной и В.В. Тихоновым, "Повесть о настоящем человеке" с П.П. Кадочниковым и 54 передачи "Тихого Дона" М.А Шолохова в исполнении М.А. Ульянова. К сожалению, далеко не все эти работы сразу дошли до аудитории. Выдающееся произведение А. Тарковского, получившее ныне всемирную известность, почти двадцать лет пролежало на полке фонохранилища, ибо руководство радио в 1965 году, когда запись и монтаж спектакля были завершены, признало его пацифистским и слишком сложным для "простого радиослушателя".

Этим "простым радиослушателем" очень часто пугали и журналистов, и режиссеров радио. За нее, мифическую "Марью Ивановну", которая "не поймет", прятались редакторы, боящиеся всего нового или просто не способные соответствовать требованиям времени.

Среди всех видов вещания в программах Всесоюзного радио первое место по объему занимали музыкальные передачи: ежемесячно в эфире звучало до 2 тыс. таких передач – более половины всего объема. В создании столь огромного количества передач самых разных форм и жанров решающую роль играли собственные музыкальные коллективы Всесоюзного радио: Большой симфонический оркестр, оперно-симфонический и эстрадно-симфонический оркестры, Академический большой хор Всесоюзного радио и Центрального телевидения, оперный хор, ансамбль песни, хор русской народной песни, оркестр народных инструментов, вокальная группа, которые входили в структуру Главной редакции музыкального радиовещания.

Сетка Центрального радиовещания, введенная осенью 1962 года, открыла вечернее время для трансляций концертов и спектаклей, способствовала упорядочению музыкального вещания.

Два раза в месяц, по воскресеньям, по I программе в эфир шли часовые передачи Радиоуниверситета культуры. Это был основной канал музыкального просвещения. Занятия

университета строились по двум циклам – "Художник и время" и "Традиции и новаторство советских композиторов". Радио привлекало ведущих советских музыковедов, что обеспечивало высокий уровень занятий. Лекции содержали разнообразный и интересный материал, освещали важные проблемы связи творчества художника с его временем, традиций и новаторства в советской музыкальной культуре. Для пропаганды музыки на радио использовался материал и других видов искусств. Таковы были, например, передачи "Чехов и музыка", "Коненков и музыка".

Классической музыке были посвящены также циклы "Творчество композиторов-классиков", "История вокального искусства", "Русский балет", "Рассказы об оперном театре", "Концерты-беседы", "Концерты-загадки", "Знаете ли вы?". Передачи "Просто о сложном" учили пониманию классической музыки, "В мире прекрасного" – знакомили слушателей с классическими произведениями, с жанрами музыкального творчества. Традиционными и популярными формами знакомства слушателей с национальным творчеством стали радиодни и радиофестивали.

Стремясь повысить популярность передач, редакция много внимания уделяла развлекательным программам. Так, в радиорубрике "В мире музыкальных инструментов" различные народные инструменты как бы олицетворяли героев небольшого игрового сюжета. К этому виду передач относились "На веселой радиоволне", "У нас в гостях", "Веселая лотерея", "В кругу веселых друзей".

Пропаганде различных форм народного творчества, художественной самодеятельности был посвящен радиосборник "В свободный час", знакомивший с клубными исполнителями, с новым репертуаром различных коллективов художественной самодеятельности.

Организация информационно-музыкальной программы "Маяк" потребовала значительной перестройки работы музыкального вещания, ибо объем музыкальных передач только по этой программе составил 16 часов в сутки. По "Маяку" в течение суток проходили около полусотни музыкальных программ, в которых звучало до 350 произведений, при этом музыка "Маяка" по своему характеру должна была соответствовать профилю программы. Столь высокая потребность в музыкальных произведениях малых форм обусловливала необходимость постоянного пополнения и обновления репертуара на радио.

С 1967 года в стране стало развиваться трехпрограммное проводное вещание – у владельцев радиоточек появился выбор: на 1-й кнопке – I программа, на 2-й – "Маяк", на 3-й – комплекс разнообразных программ, литературно-художественных, музыкальных и детских художественно-просветительских передач, спектаклей, обозрений и т.п.

Радио эпохи социального застоя (1970–1985)

Временной границей нового этапа в истории отечественной радиожурналистики стал 1970 год. Следует заметить, что некоторые историки отечественной культуры и журналистики считают более правомерным обозначить как рубеж 1965 год, основываясь прежде всего на изменении приоритетов, вызванном переменой партийного руководства (в октябре 1964 года с поста Первого Секретаря ЦК КПСС был снят Н.С. Хрущев; новый лидер партии Л.И. Брежнев и его окружение потратили много сил и средств, чтобы хоть на бумаге, т.е. в различных постановлениях, зафиксировать как всемирный исторический факт приход к власти в СССР новых руководителей). Однако история любого направления человеческой деятельности опирается прежде всего на фактические перемены в данной отрасли, и периодизация основывается на этих самых конкретных фактах.

Применительно к истории радиожурналистики в нашей стране справедливо заметить, что частичные перемены в прессе начались в 1965 году, особенно в связи с юбилеем

Победы в Великой Отечественной войне. Можно привести множество фактов и конкретных материалов, которые подтверждают это: изменилась интонация воспоминаний о великих испытаниях и подвигах 1941–1945 годов, вернулись многие незаслуженно замалчивавшиеся имена, в частности имя маршала Г.К. Жукова, и т.п.

Однако никаких серьезных изменений ни в структуре программ, ни в тематике передач на радио не произошло, что объясняется многими причинами. Одна из них в том, что это было время активного развития телевидения и ЦК КПСС главное внимание уделял прессе и экранной журналистике.

Достаточно привести такой пример: в период с января по июнь 1965 года материалы, посвященные Отечественной войне, занимали на страницах газет самое значительное место, на телевидении – более 25% эфирного времени. В то же время военная тематика на радио сосредоточивалась главным образом в 29-минутной ежедневной программе "Подвиг народа", выходившей в 18.00. Эту программу готовила специальная журналистская группа, созданная из лучших редакторов и корреспондентов практически всех редакций Всесоюзного радио, включая "Последние известия" и "Маяк", молодежные и детские редакции, литдраму и даже спортивный отдел и редакцию музыкального вещания.

К этому времени на радио преобладал принцип тематического планирования по "рубрикам". Сопоставление сетки вещания за 1964, 1965, 1966 и 1967 годы дает такой результат: рубрикатор ведущих редакций за эти годы практически не обновлялся (перемены касались менее 10% рубрик от общего их числа).

Совсем иная ситуация складывается в 1970 году.

В начале 1970 года, несмотря на разгар пропагандистской кампании, связанной со 100-летием со дня рождения В.И. Ленина, т.е. в условиях чрезвычайно высокой профессиональной загрузки всех вещательных редакций, происходит смена руководства Гостелерадио, а летом того же года и его реорганизация.

12 июля Президиум Верховного Совета СССР издал Указ "О преобразовании Комитета по радиовещанию и телевидению при СМ СССР в союзно-республиканский Государственный Комитет Совета Министров СССР по телевидению и радиовещанию". Этот Указ должен был засвидетельствовать повышение государственно-политического статуса ТВ и радиовещания, при этом недвусмысленно отодвинув радио на второй план.

Радиовещание СССР велось на нескольких уровнях, в основе которых лежало административно-территориальное устройство страны. Такими уровнями являлись: Центральное (Всесоюзное радио) радиовещание (осуществлялось из Москвы на русском языке и охватывало территорию всей страны), радиовещание союзных республик, радиовещание в краях и областях, автономных республиках, округах, районах и городах. Кроме Всесоюзного радио передачи готовили 162 комитета. В их числе: 14 комитетов союзных республик, 20 – автономных республик, 6 – краевых, 109 областных и окружных комитетов и 7 – окружных главных редакций радиовещания и др. В стране насчитывалось более 2 тыс. районных и городских радиоредакций.

Радиовещание Советского Союза охватывало всю территорию страны. Его среднесуточный объем для населения СССР составлял более 2000 часов, в том числе Центрального радиовещания 209 часов. Осуществлялись передачи из Москвы 162 аппаратно-студийными комплексами.

Центральное внутрисоюзное радиовещание (Всесоюзное радио) к 1984 году транслировало передачи по одиннадцати программам.

До осени 1980 года I программа Всесоюзного радио имела три дубля, рассчитанных на слушателей восточных районов страны. С 20 октября 1980 года был введен новый, четвертый, дубль I программы, появление которого имело большое значение для развития всей системы советского телевидения и радиовещания. Впервые зоны приема I программы Центрального телевидения и I программы Всесоюзного радио по всей стране совпали. Это означает, что телезрители и радиослушатели, жившие в любом районе СССР, могли принимать всесоюзные теле- и радиопрограммы именно в том их оптимальном сочетании,

которое ранее обеспечивалось лишь для центральных районов. Организация дополнительных дублей первых программ телевидения и радиовещания, повышение качества изображения и звука стали возможны благодаря вводу в действие в 1980 году Олимпийского телерадиокомплекса в Москве.

Дубли I программы Всесоюзного радио именовались идентично программам телевидения: "Радио Орбита-1", "Радио Орбита-2", "Радио Орбита-3", "Радио Орбита-4".

С 1 апреля 1982 года для районов в часовых поясах +6, +5, +4 в эфир стал передаваться дубль III программы. С 1 октября 1983 года еще один дубль III программы был создан для районов с разницей поясного времени +3, +2 часа. С января 1972 года введена IV программа – музыкальная. Она передавалась на средних и ультракоротких волнах. Ее среднесуточный объем вещания составлял 10 часов, из которых пять с половиной занимали стереофонические записи.

К концу 1980 года в СССР насчитывалось около 144 млн. радиоприемных аппаратов, в том числе 66 млн. приемников и 77,8 млн. трансляционных точек. За годы десятой пятилетки (1976–1980) радиоприемная сеть в стране увеличилась более чем на 21 млн. аппаратов.

В соответствующем Постановлении ЦК КПСС 1970 года главные задачи реорганизованного ведомства формулировались следующим образом: "Пропаганда марксизма-ленинизма, постановлений и решений КПСС и Советского правительства, мобилизация трудящихся на решение задач коммунистического строительства, оперативная информация о событиях в Советском Союзе и за рубежом, популяризация лучших произведений зарубежной литературы и искусства, обеспечение дальнейшего развития телевидения и радиовещания на основе проведения единой технической политики и внедрения новейших достижений науки и техники, передового опыта".

Как явствует из этого перечисления, на первое место вновь выходили чисто пропагандистские цели, а проблемы просветительского характера, объективного и достоверного информирования населения по разным вопросам, досуг и эстетическое воспитание отодвигались на второй план, и соответственно также на второй план уходили и вопросы профессионального мастерства, поиск новых форм вещания, острых интересных журналистских решений в разработке той или иной темы и т.д.

Руководителем Гостелерадио в 1970 году был назначен С. Г. Лапин, еще в годы войны работавший на радио редактором политвещания, позднее прошедший школу партийной и дипломатической работы. В соответствии со своим опытом в журналистах он ценил прежде всего верность партийным директивам, умелое и старательное выполнение указаний руководства и четкую творческую предсказуемость, которая обезопасила бы эфир от неожиданностей, а тем более ошибок. За эти ошибки, вольные или невольные, он карал одинаково беспощадно.

Отправляясь на задание, журналисты часто не знали, что их ждет по возвращении. Если передача не нравилась председателю, то журналист мог быть уволен безо всяких предупреждений. Узнавал он об этом от милиционера при входе в здание Гостелерадио: у журналиста отбирали служебное удостоверение и предлагали пройти в отдел кадров, где уже официально уведомляли об увольнении. Так случалось не только с начинающими репортерами, но и с людьми, поднявшимися на высшую ступеньку журналистской иерархии – с политобозревателями.

Расширились "черные списки" имен писателей, музыкантов, артистов, ученых и, разумеется, журналистов, которых не следовало приглашать для участия в радио- и телепередачах. Под запретом были имена Марины Цветаевой, Осипа Мандельштама, Николая Гумилева, Николая Бердяева и многих других. Усилился интерес КГБ к жизни, творчеству и главным образом к личным планам наиболее перспективных или уже известных радиожурналистов. Страх ошибиться, а еще больше страх не понравиться начальству владел сотрудниками всех без исключения редакций. Вполне понятно, что в таких условиях творческий потенциал радио использовался очень плохо.

Всем управляло так называемое "тематическое планирование", стремление заранее регламентировать тему, автора, композицию и все структурные элементы будущей радиопередачи. Начиная с 1972 года каждая редакция заранее представляла ежегодный, квартальный и месячный планы, на основании которых заполнялись конкретным материалом сетки вещания на неделю и на каждый день. Конечно, через такое "сито" действительно живой идее проскочить было почти невозможно.

Этим обстоятельством и объясняется феномен программирования 70-х – первой половины 80-х годов: огромное число рубрик, многие из которых дублировали друг друга. На стыке 1970-х – 80-х годов на Всесоюзном радио ежегодно среди 140–160 "старых" рубрик появлялось не более трех-четырех "новых", которые на поверку оказывались просто переименованными старыми.

Достаточно перечислить "ведущие программы" Главной редакции пропаганды, радиостанции "Юность", литературно-драматического и музыкального вещания, чтобы убедиться: эфир "семидесятых" и по сути, и по форме дублировал журналистское радиотворчество "шестидесятых". Большинство программ делалось откровенно "для галочки", которую считали знаком аккуратного выполнения указаний начальства. При этом качество эфирного материала никого не интересовало.

В общественно-политическом вещании ведущее положение занимали беседы и лекции "Ленинского университета миллионов". Раз в месяц звучала "Почта Ленинского университета миллионов", в которой давались ответы на вопросы пропагандистов и слушателей по актуальным проблемам истории и политики КПСС.

Парадокс большинства пропагандистских передач этого времени заключался в том, что на первый взгляд все необходимые компоненты журналистского творчества в них присутствовали. К микрофону приглашались подлинные герои труда, участники важнейших событий политической, экономической и культурной жизни – люди хорошо известные; корреспонденты радио умело использовали достоинства и профессиональные возможности разных радиожанров, звукорежиссеры и звукооператоры обеспечивали четкий, психологически убедительный монтажный ритм любой программы, а слушателю было скучно, и в достоверность того, о чем говорило радио, аудитория верила мало. Все дело было в том, что радио было ориентировано прежде всего на позитивную информацию, на доказательство того, что "наш советский образ жизни – самый прогрессивный", а значит, и самый перспективный среди всех путей развития человечества. Между тем реальная жизнь в стране становилась все труднее и беднее.

Но как раз об этом противоречии радио умалчивало.

Это относилось даже к самым профессионально грамотным передачам, таким, как радиожурналы "Время, события, люди", "Летопись трудовой славы" и др.

Поэтому наибольший интерес слушателей вызывали развлекательные программы, в которые включались сатирические материалы, касающиеся различных жизненных, социальных и бытовых проблем. Во всех подсчетах социологов лидировала передача "С добрым утром!" (I пр., воскресенье, 45 мин., 9.15). Для участия в ней приглашались в студию известные эстрадные артисты, певцы, писатели-сатирики. Здесь звучали новые песни, шутки, эстрадные миниатюры. Аналогичную направленность, но с учетом трансляции передачи в будние дни имела «Утренняя почта "Маяка"» (II пр., 25 мин., 3.05; 7.05).

"Вы нам писали" (I пр., дважды в месяц, 40 мин., 21.20) и в известной степени «Вечерняя передача "Маяка"» (II пр., дважды в неделю, 25 мин., 19.35) представляли собой развлекательные программы по письмам радиослушателей. В их подготовке участвовали практически все известные писатели и актеры, работавшие в те годы в жанре сатиры и юмора. В этих программах также звучали песни советских композиторов и новинки зарубежной эстрады.

В 1976 году во Всесоюзном эфире состоялась премьера Радиотеатра улыбки и шутки" ("Радио-ТУШ"), в труппу которого входили лучшие артисты московских театров. Эта часовая музыкально-юмористическая передача была встречена радиослушателями с большим интересом.

Обращает на себя внимание тот факт, что развлекательные передачи выпускала Главная редакция пропаганды, в структуре которой находился отдел сатиры и юмора. Главная редакция информации ("Последние известия" и "Маяк") обеспечивала новостные выпуски, обзоры газет, "Международный дневник", "Круглый стол" международных обозревателей, программу автоинспекции "Красный! Желтый! Зеленый!", а также "Бюллетень розыска родных" о людях, которых разлучила война, и специальные трансляции со съездов партии, репортажи о поездках руководства страны на заводы и в колхозы.

В ряду передач Главной редакции информации особое место занимали репортажи с Красной площади о праздновании годовщины Октября и Первомая. В них принимали участие известные поэты, прозаики, видные ученые, деятели культуры и искусства. Первое слово у микрофона предоставлялось рабочим и сельским труженикам. В 70-е годы импровизированная студия в здании ГУМа как бы разделилась: часть ее перекочевала на гостевые трибуны – туда, где во время торжеств находятся почетные гости праздника. Их рассказ о себе, о своих товарищах, о влиянии идей Октября на судьбу страны и всего человечества – главное содержание передач с главной площади Москвы. Непосредственно на Красную площадь поступала информация из сел и городов страны, а также из-за рубежа и дополняла рассказ о всенародном празднике.

Казалось бы, здесь было, где развернуться журналисту: живое общение с людьми могло подсказать ему множество интересных тем и новых сюжетов, стимулировать поиск неведомых еще журналистских приемов. В действительности же ничего этого не было и быть не могло: все тексты, звучавшие из студии ГУМа на Красной площади, с трибуны у Мавзолея или прямо из колонны демонстрантов (техника позволяла обеспечить в этом случае достаточно хороший уровень звучания), были написаны заранее, за 10–12 дней до репортажа, прочитаны и завизированы как минимум четырьмя инстанциями, отрепетированы и корреспондентом, и интервьюируемым – и только так у них появлялся шанс попасть в эфир.

Случались казусы анекдотического характера. Например, в ноябрьском репортаже 1972 года должен был участвовать ударник коммунистического труда старик-рабочий с автозавода им. И.А. Лихачева, который заболел и на демонстрацию пойти не смог. Но так как текст его выступления был уже в сценарии передачи, корреспондент стал искать в колонне демонстрантов зиловского человека с похожей фамилией, который прочитал бы текст знатного автомобилестроителя, – в противном случае этому корреспонденту грозили серьезные неприятности. Такой рабочий был найден, хотя и не однофамилец, но фамилии их были схожи. Этот второй автозаводец не был ударником, не был стариком (ему только-только исполнилось 17 лет) и уж тем более никак не мог знать, "как развивался ЗИЛ еще при Лихачеве". Но текст в эфир он прочел бойко. И все остались довольны. Правда, потом юный автозаводец пришел в редакцию и рассказал, что дома задразнили его и на заводе прохода не дают, – но кого волновали проблемы какого-то юноши, когда редакция получила за эту передачу благодарность самого председателя С.Г. Лапина.

Вопросами молодежи занималась радиостанция "Юность", которая ежемесячно готовила 95 часов вещания по I и III программам Всесоюзного радио.

С ноября 1976 года в эфир выходил цикл передач "Юности" "Наследники Октября", посвященных юбилею Советской власти. В них рассказывалось о жизни и труде юношей и девушек нашей страны. В рамках этого цикла прозвучали рассказы о молодежи Ленинграда, о производственных коллективах – передовиках социалистического соревнования, о комсомольских вожаках ("Орленок"), рабочих ЗИЛа ("Право быть первыми"), героическом труде сельской молодежи ("Есть за Доном село").

Одна из передач – "От Боярки до БАМа", сделанная как перекличка поколений, – начиналась с репортажа из музея в Боярке (под Киевом) и рассказа секретаря Киево-Святошинского райкома комсомола о делах молодежи района. Письма участников ударного отряда им. Николая Островского с Западного участка БАМа звучали в ней вместе с интервью комсомольцев 20-х годов – участников сооружения узкоколейки в Боярке, той самой, которую когда-то строил и Николай Островский.

Журналисты "Юности" подчеркивали, что знатные люди страны, ветераны труда, наставники молодежи – постоянные участники передач. Их авторитетное мнение по различным вопросам, интересующим молодежь, советы и опыт делали передачи убедительными и познавательными. В 1976 году у микрофона "Юности" выступили академик Н. Амосов, известный строитель Н. Злобин, космонавт Г. Гречко, мастер Магнитки А. Шаталин, прославленный председатель колхоза П. Малинина.

Свою специфику имели вечерние передачи "Юности", выходившие в эфир ежедневно, кроме среды и субботы, в 23.05. Их главная задача – эстетическое воспитание молодежи. В передачах популяризировались шедевры мировой и отечественной классики, наиболее значительные произведения современной советской музыки и литературы. Например, передачи "Молодежи о классическом искусстве" и "В мире прекрасного" знакомили юношей и девушек с культурным наследием человечества.

В связи с 60-летием Октября в 1977 году литературно-музыкальная викторина "В мире прекрасного" выходит в эфир под девизом "Искусство, рожденное революцией" и посвящается творчеству советских и "прогрессивных" зарубежных писателей, поэтов, композиторов, актеров.

Передачи "Спор о музыке" строились в основном по письмам слушателей. Общение с аудиторией, в частности беседы с интересными людьми, предусматривала рубрика "Ваш собеседник". Здесь выступали известные мастера искусств Т. Доронина, А. Пахмутова, М. Плисецкая, Р. Щедрин.

Обширную почту со всех уголков страны получала и другая вечерняя передача "Юности" – "Для бойцов студенческих строительных отрядов". Ее основу составляли рассказы о делах, заботах, трудовых свершениях студентов, живой обмен информацией, переклички командиров и комиссаров отрядов. Большое место в этих вечерних передачах отводилось также концертным программам по заявкам слушателей.

Самые интересные из писем обычно вывешивали для всеобщего обозрения в коридоре редакции. Там же демонстрировались и телеграммы, которые приходили от радиослушателей к календарным праздникам и по другим поводам. Журналисты "Юности" назвали эту стену "доской радости". Однажды в самом конце 1970-х на стене появилась телеграмма, которая многих заставила задуматься: "Дорогая Юность зпт как же ты постарела воскл зн твои теперь бывшие слушатели". Такая телеграмма могла бы послужить причиной интересного разговора о профессии, толчком к изменению ряда передач, однако ничего подобного не произошло – руководство Гостелерадио распорядилось "не обращать внимания на всякие глупости слушателей".

В замечательном документе истории – "Дневнике" выдающегося писателя К.И. Чуковского – есть точная характеристика идеологической и эстетической позиции руководства радио тех лет:

"Радио – опиум для народа. В стране с отчаянно плохой экономикой, с системой абсолютного рабства так вкусно подаются отдельные крошечные светлые явления, причем раритеты выдаются за общие факты. Рабскими именуются все другие режимы за исключением нашего..."

И еще:

"Начальство при помощи радио распространяет среди миллионов разухабистые гнусные песни... Выдвинув на первое место таких оголтело-бездарных и ничтожных людей, как Серафимович, Гладков, Ник. Островский, правительство упорно скрывает от населения

стихи Ахматовой, Мандельштама, Гумилева, романы Солженицына. Оно окружило тайной имена Сологуба, Мережковского, Белого, Гиппиус, принуждая любить худшие стихи Маяковского, худшие вещи Гоголя. Во главе ТВ и радио стоят церберы, не разрешающие пропустить ни одного крамольного имени".

В сложном положении оказывались редакции детского, художественного и музыкального вещания, когда им также приходилось выполнять идеологические заказы.

В программах Всесоюзного радио были передачи и для самых маленьких – детей, еще не умеющих писать и читать, и детей среднего школьного возраста, юношей и девушек, заканчивающих школу. Редакция готовила для них радиожурналы, литературно-художественные и образовательные программы. Самые известные из них – "Радионяня" и "КОАПП!" (Клуб охраны авторских прав природы). Первое – цикл веселых уроков, которые не только разъясняли сложные правила правописания в русском языке, но и были своеобразной "школой этикета": рассказывали, как надо вести себя в гостях, в театре, в музее и других общественных местах. Эту передачу (режиссер Н. Киселева) постоянно вели Николай Литвинов и известные эстрадные актеры Александр Лившиц и Александр Левенбук. Они все вместе даже самые трудные правила грамматики и синтаксиса превращали в веселые, легко запоминающиеся, часто шутливые песенки и частушки. Быстро стала популярной созданная в 1965 году программа "КОАПП!". Это серия радиопьес, в которых в занимательной форме рассказывается детям о животных и растениях не только в плане классической описательной зоологии и ботаники, но и под углом зрения современной биологии, кибернетики, радиоэлектроники и молодой науки – бионики. Задачи этой передачи – заставить внимательнее всмотреться в окружающую природу, увидеть в обычном необычное, понять, что за удивительным и экзотичным необязательно отправляться за тридевять земель... Автор текстов – М.А. Константиновский, режиссер – Б.И. Иванов.

Именно в недрах детской редакции родились программы, которые по праву считаются классикой советского радиовещания: это "Сказка за сказкой", которую вел народный артист РСФСР Н. Литвинов, знаменитая "Радионяня", детские радиоспектакли, поставленные по лучшим произведениям русской, советской и мировой классики. (В фонде детской редакции хранилось большое количество инсценировок литературных произведений, изучаемых в школе или рекомендованных для внеклассного чтения.

Они регулярно повторялись в программах. Редакция согласовывала их появление в эфире с учебными планами, таким образом, "звучащая хрестоматия" была хорошим подспорьем для школьников в изучении литературы.) Особую роль в воспитании подрастающего поколения играли образовательные передачи, например "В стране литературных героев" (авторы Ст. Рассадин и Б. Сарнов). Она была рассчитана на детей среднего и старшего школьного возраста, которые узнавали много нового о героях литературных произведений, знакомились с основами литературоведения.

Через все программы для детей и юношества проходила тема "нравственного воспитания", как ее понимали идеологи того времени. Рассказывая о литературных произведениях, об исторических событиях или о жизни великих людей, важно было подчеркнуть "высокие идеалы гуманизма, классовое отношение к нравственным проблемам" и т.д.

Аналогичная ситуация складывалась и в работе Главной редакции литературно-драматического вещания. Считалось, что ее передачи призваны пропагандировать лучшие произведения многонациональной советской литературы и искусства, русской и мировой классики, прогрессивной современной зарубежной литературы и драматургии и приобщать миллионы людей к миру прекрасного, помогать им постигнуть глубины художественного творчества, воспитывать эстетический вкус.

Но, создавая передачи о творчестве выдающихся деятелей культуры, приглашая к микрофону известных писателей, актеров и режиссеров, транслируя театральные спектакли

и т.д., редакция исходила в первую очередь из "принципов партийности, народности, высокой идейности, социалистического гуманизма, пролетарского интернационализма, на которых базируется советская литература и искусство", а не из понимания их подлинной нравственной и эстетической значимости. Огромное количество действительно величайших произведений литературы осталось за пределами внимания редакции.

Однако, несмотря на все "идеологические" сложности, работникам редакции литературно-драматического вещания на протяжении многих лет удавалось создавать и такие произведения, которые и сегодня составляют "золотой" фонд отечественного радио.

Благодаря художественным программам жители самых отдаленных районов имели возможность знакомиться с некоторыми образцами мировой культуры, с ведущими прозаиками и поэтами, актерами и режиссерами, критиками и искусствоведами. Многие передачи, созданные литературно-драматической редакцией, – отобранные и "переведенные" на язык радио романы, повести, рассказы, поэмы, стихи и спектакли, вызвавшие интерес публики.

Непосредственно в редакции и по ее заказу создавались записи публицистических выступлений писателей и деятелей культуры, радиоспектакли на основе оригинальных пьес, написанных с учетом специфики радио, некоторые тематические рубрики и циклы. Использование различных форм и жанров помогало дифференцированно строить программы, адресуя передачи определенной аудитории слушателей с учетом их духовных запросов и уровня подготовки.

Широкую известность получил цикл передач "Писатели у микрофона", который затрагивал важные проблемы повседневной жизни. Популярными были "Литературные чтения", состоявшие из 4–5 и более передач. Такая форма чтений "с продолжением" позволяла знакомить слушателей с крупными произведениями, а часто и со всей книгой целиком.

Поэзия была представлена рядом рубрик и циклов, таких, как "Поэтическая тетрадь" – популярная еженедельная передача по письмам слушателей и "Судьба стихотворения" – цикл передач, посвященный истории создания известных поэтических произведений.

Обычно в течение года под рубрикой "Театр у микрофона" в эфире звучало около 200 спектаклей, созданных и записанных в разные годы по пьесам отечественных и зарубежных драматургов. В течение всей истории радио огромной популярностью пользовались адаптации театральных спектаклей (например, "Соло для часов с боем" в постановке Московского Художественного театра или "Обыкновенная история" театра "Современник"). Иногда в эфире звучали трансляции непосредственно со сцены театра. Особенно известны были записи "классических" спектаклей Художественного и Малого театров – "Мертвые души", "Горе от ума" и др.

Параллельно развивался радиотеатр – это спектакли, поставленные непосредственно в студии по оригинальным сценариям, написанным специально для радио, или по инсценировкам литературных произведений ("Мартин Иден" Дж. Лондона – инсценировка В. Балясного, постановка А. Эфроса), а иногда и на основе традиционных театральных пьес ("Незнакомка" А. Блока в постановке того же А. Эфроса).

Важнейшим направлением музыкального вещания являлась пропаганда русской, советской и зарубежной классики. На широкий круг слушателей был рассчитан цикл "Радиоуниверситет музыкальной культуры". Каждый сезон радиоуниверситета отличался своей тематической направленностью: сначала выпуски цикла посвящались творчеству русских классиков, затем их сменяли передачи о выдающихся советских композиторах

(Н. Мясковский, С. Прокофьев, Ю. Шапорин, Т. Хренников, Г. Свиридов и др.).

"Воскресные музыкальные вечера" предназначались для менее широкой аудитории. Пропаганде исполнительского искусства были отданы циклы "Выдающиеся исполнители", "Мастера вокального искусства" и другие; фольклорной музыке посвящалась передача

"Радиослушатели о народной песне". Значительное место в музыкальном вещании занимали концерты по заявкам слушателей – "В рабочий полдень", "Труженикам села", "Субботние литературно-музыкальные концерты". Многие записи, использовавшиеся в этих передачах, составляют сегодня "золотой" фонд отечественного радио.

Как видно из перечисленного, эфир Всесоюзного радио был жестко структурирован и регламентирован. Помимо идеологических и (в связи с этим) тематических ограничений большое влияние на формирование программной политики оказывала "приуроченность" к определенным датам: съезду партии, годовщине Октября, празднованию Первого мая и т.д. К каждому такому дню в эфире разворачивалась целая кампания с выступлениями передовиков производства, ветеранов партии, войны и труда, с соревнованиями коллективов, обязательствами, прямыми репортажами и т.д. и т.п. Кампании эти охватывали все редакции, включая детскую и музыкальную.

Радио того времени стремилось стать всеохватывающим как тематически, так и адресно. Главным было стремление закрыть все ниши и не оставить ни один возрастной и социальный пласт населения без интеллектуального и информационного общения и идеологического контроля.

Весь этот механизм, направленный на укрепление государственных устоев, существовавший много лет и запрограммированный на работу без сбоев, из года в год действовал в соответствии с "многолетними традициями радиовещания", а на практике – с идеологическими и технологическими штампами.

Еще один парадокс этого периода истории отечественного радио заключался в том, что при формировании программ, опираясь в значительной степени на "фондовые" записи литературных и музыкальных произведений и документальные репортажные записи прошлых лет, редакторы радио, казалось, особенно бережно должны были относиться к звуковым архивам, к тому "золотому" фонду, который Всесоюзное радио накопило за несколько десятилетий. Но именно в 70-е годы по распоряжению С. Г. Лапина специальная комиссия проводила "чистку" звукового архива радио. Критерии ценностной классификации при этом были субъективны: не нравится, к примеру, кому-то из чиновников Михаил Зощенко или Анна Ахматова – подписывается распоряжение размагнитить пленку, на которой зафиксированы их голоса; не нравится балет – и в размагничивание отправляется часовая пленка, на которой Майя Плисецкая в день 60-летия Игоря Моисеева комментирует его утреннюю репетицию с легендарным ансамблем.

К концу 70-х годов с ведома руководства Гостелерадио были уничтожены как "не имеющие идеологической и эстетической ценности, а также технически устаревшие" несколько сот тысяч звукозаписей, среди которых находились записи выступлений великих мастеров отечественной литературы и театра.

С такими результатами Всесоюзное радио подходило к очередным рубежам истории.

Радио "перестройки и гласности" (1985–1991)

1985 год стал переломным в жизни огромной страны, в развитии средств массовой информации. Политика перестройки, провозглашенная новым Генеральным секретарем ЦК КПСС Михаилом Горбачевым на апрельском Пленуме 1985 года, должна была по идее охватить все стороны жизни общества, все звенья государственного механизма. Был официально взят курс на демократизацию и гласность. Декларировалось непреходящее значение общечеловеческих идеалов и ценностей, которым должны были соответствовать советская политика, экономика, культура и идеология. Подразумевался процесс серьезных преобразований в общественной жизни и сознании людей.

Политика перестройки была объективно порождена назревшим в обществе протестом против тоталитарной системы и идеологии, нарушений прав человека, а также официозной пропагандистской машины, являвшейся инструментом внедрения идеологических и социальных мифов и стереотипов в массовое сознание; она отвечала стремлению к переменам во всех сферах общественной жизни, к формированию открытого общества, плюрализма взглядов.

Как известно, преобразования встретили активное сопротивление значительной части партийного и государственного аппарата, определенной части общества; проводились они крайне непоследовательно, противоречиво, что и привело в конечном счете к краху КПСС и распаду союзного государства.

Но одним из бесспорных достижений перестройки явились глубокие изменения, происшедшие в работе средств массовой информации и сыгравшие, без сомнения, ключевую роль в разоблачении тоталитаризма, в освобождении людей от идеологических пут и страха перед тоталитарной государственной машиной.

Большая, чем прежде, открытость информации, принятие Закона о печати и отмена цензуры, обращение к прежде запрещенным темам, к сложностям, противоречиям и конфликтам реальной жизни вытесняли мифологизированные представления о советской действительности, о светлом коммунистическом завтра. Потерпела поражение благостная "пропаганда успехов", царившая в годы застоя, формировался совершено новый облик средств массовой информации, в том числе и радиовещания. Конечно, этот процесс протекал мучительно, здесь наряду с удачами и победами были свои жертвы и поражения.

Гостелерадио СССР всегда было мощной централизованной пропагандистской машиной, подчинявшейся непосредственно идеологическим подразделениям ЦК КПСС. Его вещательные программы подвергались строжайшей многоступенчатой цензуре.

В первые годы перестройки Всесоюзное радио продолжало работать по сложившимся стереотипам, в рамках устоявшейся за долгие годы жесткой вещательной сетки. В 1985–1987 годах в программах радиовещания проводятся пропагандистские кампании, посвященные пленумам ЦК КПСС и XXVII съезду партии, широко освещается XII Всемирный фестиваль молодежи и студентов, отмечается 50-летие стахановского движения, 70-летие Октябрьской революции. Крупная пропагандистская акция была проведена в связи с постановлением ЦК КПСС "О мерах по преодолению пьянства и алкоголизма".

В центре вещания, как говорилось в соответствующих отчетах, были трудовые будни народа, крупные мероприятия в партийной и общественной жизни страны, встречи государственных деятелей на высшем уровне, интервью М.С. Горбачева зарубежным средствам массовой информации. Партийные документы обсуждались в специальных предсъездовских выпусках "Последних известий" и "Маяка", радиопередачах "Время, события, люди", "Земля и люди" и др. Совершенно очевидно, что, несмотря на официально объявленные новые критерии работы, в радиопропаганде действовали старые стандарты. Замалчивались острые темы, касающиеся истории страны, особенно ее советского периода, межнациональных конфликтов. Запретными темами оставались позорная война в Афганистане, преподносившаяся под флагом "интернациональной помощи братскому народу", и положение в армии. С большим опозданием радио сообщило об общенациональной трагедии – аварии на Чернобыльской атомной электростанции в апреле 1986 года, причем в репортажах с места события хотя и рассказывалось о героической работе ликвидаторов аварии, размеры трагедии преуменьшались, ее последствия замалчивались.

Все это, естественно, не укрепляло доверия к радиовещанию. Продолжался "государственный спектакль – на всю страну. И не бездарный, по-видимому, раз так долго играли", – писал известный актер А. Збруев. И все же старые принципы вещания постепенно уходили в прошлое. На новом историческом сломе непоследовательно, противоречиво, нередко с оглядкой на начальство журналисты радио начинали поиск новых форм вещания, новых тем, иной тональности репортажей, методов диалога с

радиослушателями, стремились избавиться от привычной трескотни, заорганизованности, идеологических штампов, легковесности.

Обращаясь к реалиям нашей жизни, вольно, а иногда и невольно радиожурналистика раскрывала неэффективность социалистической экономики, полную несостоятельность методов хозяйствования, незаинтересованности человека в результатах своего труда, его отчужденности от экономики, обнажала кризис тоталитарной системы и ее руководящей силы – партии.

Корреспонденты и редакторы радио способствовали формированию нового общественного сознания, и прежде всего активному участию личности в политических и социальных процессах страны. Не менее важным было и обращение к повседневным жизненным проблемам, волнующим людей. Радиожурналисты стали показывать человека с нелегкой судьбой, реальные трудные жизненные ситуации. Это внимание к новому герою, социально-психологический интерес к проблемам людей, исследовательский подход, аналитичность явились феноменом радиоэфира периода перестройки.

Наконец, обозначились существенные сдвиги в программировании: появилась новая радиоформа – каналы (информационно-музыкальные, публицистические, литературные и др.) как самостоятельные передачи.

Многие из перечисленных новшеств получили развитие в дальнейшем, как в государственном радиовещании, так и на негосударственных радиостанциях.

Первопроходцами в поиске новых подходов к вещанию стали журналисты радиостанций "Юность" и "Маяк". С января 1987 года по III программе Всесоюзного радио начала выходить новая утренняя передача "Юности" "Молодежный канал".

Редакция решила возродить прямой эфир, а это требовало от журналистов новых навыков работы у микрофона: умения импровизировать, четкости. Создавая каждый выпуск "Молодежного канала", его авторы и ведущие широко использовали приемы, получившие признание в радиовещании: сочетание документального начала с художественным, включение почты и телефонных диалогов со слушателями. В передаче звучали оперативные сообщения о важнейших событиях в стране и за рубежом, политические, экономические новости, освещалась жизнь комсомольских организаций (именно в "Молодежном канале" прозвучали первые критические материалы в адрес комсомола и говорилось о резком падении его авторитета и роли), спортивные новости, переклички через пульт "Эфир-1", репортажи, интервью, выступления, обзоры печати.

Теперь ведущий формировал программу по собственному выбору и сценарию: давал сведения о погоде, организовывал юридические консультации, обсуждал проблемы наркомании, преступности, рассказывал о "неформалах", популярных музыкальных коллективах, предлагал кулинарные рецепты.

Полтора часа эфира вмещали до 25 и более разнообразных по тематике сюжетов из 10–15 репортажей. Особая роль отводилась музыке: в утренней программе она была важным компонентом, создающим эмоциональный настрой у слушателя.

Вслед за "Молодежным каналом" – утренней прямой оперативной передачей – в октябре 1987 года стал выходить "Вечерний курьер" "Юности". В отличие от динамичного "Молодежного канала" у "Вечернего курьера" был более спокойный, размеренный, неторопливый темп. В рамках передачи звучали такие рубрики, как "Читальный зал", "Снимается кино", "Стадион для всех", "Интеркурьер ТАСС", «Акция "Вечернего курьера"» и др. Конечно, обилие рубрик говорило о некоторой заорганизованности программы. В то же время следует отметить ее публицистичность, аналитичность, стремление не уходить от сложных вопросов. Вечерняя "Юность" впервые познакомила аудиторию с радиопьесой Г. Бёлля "Микрофон", было привлечено внимание радиослушателей к публикации "Повести непогашенной луны" Б. Пильняка и других, ранее не известных широкому читателю произведений русских и советских писателей.

В программах "Юности" шли передачи о проблемах, волнующих молодых слушателей: "Дорогами мужества", "Молодая семья", "Молодежь и научно-технический прогресс", "В мире прекрасного", "Студенческая орбита" и др.

Стремление сделать радиослушателя активным участником обсуждаемых в эфире проблем привели журналистов "Юности" к решению объявить номер редакционного телефона. Аудитория откликнулась немедленно. Первый телефонный сеанс связи состоялся в октябре 1986 года, вела диалог А. Слонимерова. Так родились программы «Алло, "Юность" слушает!», а затем «Открытая студия "Юности"», целиком построенные на вопросах и суждениях слушателей.

"Юность" вместе с "Маяком" стали первооткрывателями и такой интереснейшей передачи, как радиомост. Если телемосты уже были привычными для телезрителей второй половины 80-х годов, то радиомосты – явление новое, необычное.

Первый радиомост "СССР – США" состоялся в 1986 году. В течение двух часов шел диалог между московскими студентами и студентами Южно-Иллинойского университета. В США радиомост был дан в эфир полностью на 35 штатов. В эфире "Юности" он звучал в записи 45 минут, но стал первой пробой гласности в международном эфире, живым, "непричесанным" редакторской правкой обменом мнениями. За ним последовал радиомост "Москва-Вашингтон" (1988). Отметим, что если американская сторона давала телефонные звонки слушателей прямо в эфир, то в Москве они заранее записывались на пленку и для эфира отбирались наиболее интересные. Это, конечно же, диктовалось не только разницей во времени, но и цензурными соображениями и, что греха таить, недостаточным доверием к нашей аудитории. Однако в целом получилось увлекательное радиошоу.

В 1987 году в режиме прямого эфира стала выходить «Информационно-музыкальная панорама "Маяка" от шести до десяти» – четыре часа утреннего интенсивного информационного вещания. Выпуски панорамы отличались высокой оперативностью, в них звучали сообщения, полученные редакцией ночью и утром, прямые эфирные переклички и прямые репортажи с мест, где происходили или должны были происходить события, новости науки и техники, познавательная информация, предупреждения ГАИ, сводка погоды. Поскольку программа занимала продолжительный отрезок эфира, была разработана гибкая система повторов наиболее важных сообщений.

Позднее появилась полуторачасовая дневная «Панорама "Маяка"». Складывался качественно новый тип вещания, где прямой эфир был реальным проявлением процесса перестройки на радио, его демократизации, доверия к журналисту и аудитории и одновременно повышения ответственности радиожурналиста.

Это новое вещание резко отличалось от "стерилизованного", заранее фиксированного на магнитную пленку эфира 70-х годов, когда только дикторы и группа политических обозревателей Центрального телевидения и Всесоюзного радио, утвержденные ЦК партии, имели право выходить в прямой эфир.

Немаловажным было и то, что прямая эфирная программа, которую вел радиожурналист, несла неповторимый отпечаток его личности, его собственного отношения к событиям, фактам. Таким образом, прямой эфир второй половины 80-х годов стал не просто возрождением живых передач тех времен, когда не было магнитной или иной записи звука, он ознаменовал переход от безличного, по преимуществу дикторского вещания к персонифицированному, личностному, когда именно фигура журналиста определяет облик программы.

Роль радиовещания в освещении политических событий того времени трудно переоценить, ибо радио стремилось по-новому, более обстоятельно давать в целом картину жизни. Оно показало огромную роль академика А.Д. Сахарова в формировании общественного сознания, представило новых политических лидеров, тогда еще почти неизвестных, и продемонстрировало позорное поведение агрессивно-послушного большинства советских парламентариев на сессиях Верховного Совета СССР.

Помимо прямых включений с места события ежедневно Главная редакция информации выпускала "Парламентский дневник" – получасовую передачу, в которой стремилась обстоятельно показать не только ход работы сессий Верховного Совета, спектр различных мнений, полемику, но и оценку, которую дают работе депутатов избиратели. Освещение съездов народных депутатов и сессий Верховного Совета стало важным завоеванием радиожурналистов, особенно "Маяка" и "Последних известий".

Корреспонденты "Маяка", "Последних известий", радиостанции "Юность", Главной редакции общественно-политических программ вели репортажи из "горячих точек" – Сумгаита, Нагорного Карабаха, Нахичевани, Ферганы, Армении, Грузии, Душанбе. Выполняя задание редакции, в Нагорном Карабахе погиб обозреватель Главной редакции информации Леонид Лазаревич.

Остроту, злободневность, оперативность, критичность продемонстрировала передача Главной редакции информации "Радиоанкета перестройки", посвященная обсуждению самых жизненных вопросов социальной и экономической жизни страны. Журналисты Я. Смирнов и Б. Симонов вели активный диалог со слушателями, приглашали к микрофону специалистов, включая корреспонденции с мест, использовали письма слушателей, сообщавших о фактах бесхозяйственности, бездушия, злоупотреблений чиновников. Передача имела огромную почту – до 10 тыс. писем в год.

Новые черты обретала радиопублицистика.

С весны 1987 года стала выходить в прямой эфир Главная редакция пропаганды, позднее переименованная в Редакцию общественно-политических программ. 30 мая 1987 года прозвучала завоевавшая популярность у слушателей передача "На связи – радиостудия в Останкине". Основной темой ее стали проблемы Демократизации государственной и общественной жизни.

С появлением нового депутатского корпуса в рамках программы появилась рубрика "Депутатский канал" для регулярного Диалога народных депутатов СССР с радиослушателями. Это был интереснейший опыт общения, когда к разговору по каналам связи подключались другие города, приглашались собеседники – депутаты, руководители разных рангов, специалисты, избиратели. Новые краски, контактность, живой ритм приобрела в прямом эфире передача "Время, события, люди". В 1989 году на смену ей пришла «Радиостанция "Союз"» – программа о жизни регионов, о сложных и наболевших вопросах экономики, культуры, истории, обычаях народов и народностей страны. География передачи была чрезвычайно разнообразной. Интерес у слушателей вызывала рубрика "Дискуссионный клуб", внесшая в вещание элементы острой полемики, открытой дискуссии, в ходе которой ученые-обществоведы высказывали суждения о злободневных проблемах регионов, о практике утверждения социальной справедливости и совершенствовании правовых отношений.

Конечно, далеко не все передачи стали долгожителями эфира, многие из них были просто данью конъюнктуре. Однако существовала новация, которая заслуживает внимания. Одна из проблем, которую постоянно стремились и стремятся решить радиожурналисты, – превратить радиовещание из "одностороннего движения" в подлинный диалог со слушателями, развивать радиомосты не только с заграницей, но и со своими слушателями. В январе 1990 года вышла в эфир новая передача "Собеседник", автор идеи и руководитель группы – известный радиожурналист Я. Белицкий. В основу программы положен принцип личного общения журналиста и слушателя. Эта программа адресовалась тем, кто днем находится дома: пенсионерам, инвалидам, молодым мамам, людям, оказавшимся по каким-либо причинам не у дел. Разнообразие тем в соответствии с разнообразием интересов аудитории, прожившей всю жизнь в коллективистском обществе и столкнувшейся с необходимостью переоценить многие казавшиеся незыблемыми ценности, стало содержанием новых передач – "Отечество: годы и судьбы", "По страницам истории", помогавших лучше узнать историю страны, стереть "белые пятна", освободиться от расхожих стереотипов, услышать подлинные исторические документы и голоса участников

событий. В эфире звучали рубрики "На ваши вопросы отвечает...", "Спросим у юриста", "Дела семейные...". Не только разнообразие тематики, но и заинтересованная, "негромкая" домашняя интонация нашли отклик у слушателей.

Определенные изменения происходили и в программах детского вещания. По-прежнему редакция представляла собой радиокомитет в миниатюре, ибо не только готовила передачи для разных возрастных категорий, но и пыталась охватить все разнообразие тематики вещания. В годы перестройки особые трудности переживала "визитная карточка" редакции – всесоюзная радиогазета

"Пионерская зорька". И аудитория, и журналисты нередко ставили под сомнение саму необходимость существования такой передачи в условиях явного кризиса пионерской организации. Редакция сделала многое для того, чтобы обновить содержание "Зорьки", ее стиль, формы подачи материала. Появились темы, о которых раньше не смели и думать: детская преступность, духовный нигилизм подростков, религия, межнациональные конфликты и др. Однако, в конце концов, стало очевидно, что не все поддается перестройке, и передача исчезла из эфира.

Большой популярностью у младших школьников пользовался игровой цикл "Это мы не проходили" о научных проблемах. Драматургия цикла предполагала участие в передаче слушателей, которые вместе с героями должны были отвечать на вопросы. Для старших школьников и учащихся профессионально-технических училищ звучали передачи "На космических орбитах", постоянным ведущим которой был летчик-космонавт СССР, дважды Герой Советского Союза Н.Н. Рукавишников; в рамках цикла "Уроки Аполлона" появилась образовательная передача "Книга книг Библия и мировая культура" с участием академиков С. Аверинцева и Д. Лихачева, ее постоянным ведущим стал священник А. Мень.

Для родителей или для семейного прослушивания шли передачи "Взрослым о детях", "В кругу семьи" и "Радиостудия-73" – в последней на звонки и письма родителей отвечали журналисты, психологи, врачи, педагоги, писатели. Обсуждались проблемы воспитания, образования, поведения, дружбы и одиночества детей, вопросы детской преступности. В 1990 году все передачи для детей были объединены в единый канал "Смена".

Главная редакция литературно-драматического вещания также пыталась изменить концепцию, найти более современные формы вещания. Этот процесс, как и в других редакциях, наталкивался на сопротивление тех, кто привык жить по инерции.

Не без труда, но утвердилась в эфире информационно-художественная программа "Вчера, сегодня, завтра" (о новинках советской и зарубежной литературы и искусства), пятичасовой канал "ЛИК" (литература, искусство, культура), где обсуждалась сложная ситуация в жизни и литературе, звучали стихи и проза прекрасных, в том числе и забытых радио, авторов, слушатели знакомились с произведениями, десятилетиями не издававшимися в нашей стране.

В 1991 году состоялся I Всесоюзный фестиваль радиопостановок, который убедительно показал важность и значение этой сферы радиоискусства, необходимость возрождения радиотеатра, его традиций и былой славы.

Несмотря на все перемены в настроении общества, государственная и партийная номенклатура продолжала оказывать серьезное давление на телевидение и радиовещание. И это был реальный фактор жизни радио, вышедшего из того тоталитарного общества, в котором оно сформировалось. Централизованное управление, вещательно-бюджетная экономика, сложная громоздкая иерархическая структура Гостелерадио тормозили новации, вновь порождали у журналистов страх, сковывали инициативу, губили творческие начинания.

Однако монополия Гостелерадио СССР в начале 90-х годов, после отмены цензуры, принятия Закона о печати и других СМИ, а затем указа президента СССР "О демократизации и развитии телевидения и радиовещания в СССР", была подорвана.

Законом разрешалась деятельность журналистов в рамках профессиональной самостоятельности, декларировалось право отдельного человека быть учредителем средств массовой информации.

30 апреля 1991 года начинает вещание в УКВ-FM-диапазоне в Москве, а также в Санкт-Петербурге, Самаре, Волгограде, Нижнем Новгороде, Тольятти, Владимире, Красноярске и Южно-Сахалинске первая в стране независимая коммерческая российско-французская радиостанция "Европа Плюс", основное содержание передач которой составляли музыкальные программы, выступления наиболее популярных исполнителей и поп-рок групп. Каждые два часа давались выпуски новостей по материалам телеграфных агентств без политического комментария. Музыкальное вещание примерно в пять раз превышало речевое, а вместо привычного диктора появился диск-жокей. Новая радиостанция сразу завоевала популярность, прежде всего у молодых радиослушателей, своими музыкальными передачами, конкурсами и викторинами, раскованным ведением эфира. "Европа Плюс" быстро потеснила привычные музыкальные программы Всесоюзного радио.

22 августа 1990 года в эфире появилась радиостанция "Эхо Москвы", учредителями ее явились Моссовет, факультет журналистики МГУ, журнал "Огонек" и трудовой коллектив редакции. Круглосуточные программы станции можно было принимать на средних волнах и УКВ в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге, в отдельных районах Прибалтики. "Эхо Москвы" привлекло внимание аудитории персонифицированными авторскими программами, постоянным прямым телефонным общением со слушателями.

Это были первые негосударственные станции, замеченные слушателями как новый важный фактор радиоэфира.

Значительным событием этого периода стало образование "Радио России", которое начало вещание 10 декабря 1990 года. Его передачи регулярно звучали в эфире по два часа утром, днем и вечером на трех программах Всесоюзного радио. С первых дней существования "Радио России" оказалось в положении альтернативного, оппозиционного источника информации, политически острого, противостоящего официальному Гостелерадио СССР.

Почти вся работа новой редакции, основу которой составили журналисты, пришедшие в штат нового подразделения из "Юности", велась в прямом эфире. Сетка вещания включала выпуски информации и авторского канала "От первого лица". В основном принципы работы основывались на опыте программ "Юности", "Молодежного канала" и "Вечернего курьера", содержание каждого выпуска определялось не только набором событий, но и личностью ведущего.

Во время попытки государственного переворота 19 августа 1991 года ГКЧП (Государственный комитет по чрезвычайному положению) издал указ о ликвидации наиболее прогрессивных и демократических средств массовой информации. Был запрещен выход в эфир и "Радио России". Его журналистов и техников не допустили к своим рабочим местам в Останкинском телерадиоцентре. Но "Радио России" продолжало работать. Радиожурналисты наладили в здании Всероссийской телерадиокомпании подготовку информационных выпусков с изложением указов президента Б.Н. Ельцина, его обращений к народам страны. Сводки о событиях рассылались с помощью редакционных факсов, изготавливались и расклеивались листовки в людных местах столицы, кассеты с записями программ развозили по вокзалам и аэропортам, адресуя в местные телерадиокомитеты.

"Радио России" выходило в эфир через телефонную станцию, затем из осажденного "Белого дома" – сначала на коротких волнах радиолюбительского передатчика "Радио-3 Анна", а затем на средних волнах. Отклики поступали со всей планеты, даже из Италии и Бразилии.

Но наибольший интерес в эти сложные для страны дни и ночи вызывали передачи радиостанции "Эхо Москвы". Именно эта станция стала бесспорным лидером

отечественных СМИ в информировании населения о том, что происходило в столице СССР. Корреспонденты и обозреватели "Эха Москвы" с помощью различных каналов радио и телефонной связи выходили в эфир прямо с улиц и площадей Москвы и слушатели могли не просто узнавать о событиях, но погружаться в реальную атмосферу путча. Голоса журналистов "Эха Москвы" Сергея Корзуна, Алексея Бенедиктова, Андрея Черкизова и их коллег звучали порой на фоне грохота танковых моторов, и не единожды эти голоса заглушали автоматные очереди. Передатчик "Эха Москвы" несколько раз отключали, но журналисты находили новые технические пути и прорывались в эфир. Это была профессиональная работа настолько непривычная для отечественного радиовещания, что она сформировала сама собой принципиально новые критерии деятельности СМИ, которые с этого момента в значительной степени обусловили принципы дальнейшего реформирования всего массового вещания в стране.

21 августа 1991 года, после поражения путчистов, были возобновлены регулярные передачи из Останкино; с 22 августа началась круглосуточная работа "Радио России" на волнах I Общесоюзной программы и по первой кнопке проводного вещания.

В вещательных программах "Радио России" звучали передачи не только столичной, но и санкт-петербургской редакции. Кроме того, "Радио России" стало соучредителем проекта "Радио России Ностальжи" – совместной российско-французской радиостанции, специализирующейся на музыке 50–70-х годов. С ее появлением в эфире 10 января 1991 года монополия государства на массовое радиовещание окончательно перестала существовать.

Отечественное радиовещание в условиях рынка (1991–1999)

Начало 90-х годов – точка отсчета нового исторического этапа в развитии радиовещания России. Политические, экономические, социальные и иные преобразования в стране привели к серьезным сдвигам в структуре средств массовой информации, в том числе и электронных: их демократизации, возникновению многообразных форм собственности (от государственной до частной), широкого спектра новых направлений вещания, появлению новых форм радиожурналистики, внедрению новейших технологий, связанных со вступлением в массовое информационное сообщество.

Прежде всего, подверглась изменениям структура Гостелерадио СССР, казавшаяся незыблемой именно потому, что она не только соответствовала государственным задачам в сфере идеологии и пропаганды, но и отвечала потребностям большинства населения огромной страны – Советского Союза. Как уже было сказано, главный удар по монополии Гостелерадио был нанесен созданием официального государственного "Радио России", которое 10 декабря 1990 года вместе с Российским телевидением образовало Всероссийскую государственную телерадиокомпанию – ВГТРК.

Кроме этого, в России на основе местных радиокомитетов, входивших в состав Гостелерадио, создается 88 вещательных структур – телерадиокомпаний, учредителями которых стали Мининформпечати и местные власти. Их основная задача – осуществление местного вещания. Они выходили в эфир, как правило, на технических каналах "Радио России" утром и вечером с передачами, содержащими местную информацию, публицистические материалы, музыкальные программы и рекламу.

В ноябре-декабре 1991 года Гостелерадио СССР было преобразовано в Российскую государственную телерадиокомпанию "Останкино", в состав которой входили следующие программы:

– "Радио-1 Останкино" (бывшая I программа Всесоюзного радио, включавшая информационные, аналитические, музыкальные, литературно-драматические и детские передачи);

– информационно-музыкальная программа "Маяк" (эти два канала кроме эфирного имели проводное вещание, что в условиях России обеспечивало им многомиллионную аудиторию);

– программа "Молодежный канал" радиостанции "Юность";

– радио "Орфей" – классическое музыкальное наследие.

В первые годы своего существования компания "Останкино" включала также телерадиофонд и технические службы: Государственный дом радиовещания и звукозаписи и Телевизионный технический центр.

Так выглядело государственное радиовещание в начале рассматриваемого периода: мощное "Останкино" и набиравшее силу "Радио России" – две параллельные вещательные структуры, непосредственно подчинявшиеся правительству и президенту.

Надо сказать, что обе организации в аспекте программной политики развивались в целом в едином русле, хотя и имели несколько различные группы слушателей. Нестыковка же двух государственных компаний состояла главным образом в том, что "Радио-1" двигалось в направлении канала художественных программ, но не смогло развить эту, бесспорно, плодотворную тенденцию, хотя и опиралось на традиции художественного вещания и удачный опыт радиофестиваля "Рампа у микрофона", проводившегося осенью 1995 года к 70-летию отечественного радиотеатра. Успех фестиваля был отмечен в печати; "Радио России", "Эхо Москвы" и несколько периферийных станций дали в эфир ряд фестивальных спектаклей.

Однако в целом старое государственное радио не смогло изменить сложившиеся еще в годы Советской власти привычные приемы программирования, не отвечавшие духу перемен, рутинную технологию создания передач, стереотипы прежнего вещания.

Более молодое, конкурирующее с "Радио-1" и другими каналами "Радио России" вступает в 1992 году в новый этап своего развития. Его вещание становится круглосуточным. "Радио России" превращается в главный государственный канал информации. В его рамках создаются два подразделения: "короткое радио" – дирекция информационной службы и "длинное радио" – дирекция программного вещания. "Короткое радио" представляло собой 10-минутные выпуски новостей в начале часа и аналитические передачи. В подразделении "длинного радио" создавались литературно-художественные, детские, религиозные и развлекательные программы. "Радио России" собрало в своем коллективе лучших журналистов Всесоюзного радио, "Маяка", "Юности", иновещания (Л. Азарх, Н. Бехтина, В. Соколовская, А. Силикашвили, Д. Ушканов др.).

В основу программной концепции "Радио России" было положено деление вещательного дня на ряд так называемых "каналов".

Здесь надо сделать терминологическое уточнение. С конца 80-х и особенно в начале 90-х годов и в научно-учебной лексике, и в обиходе журналистов радио и телевидения началась большая путаница. Слова "канал", "передача", "программа" стали употребляться как синонимы одного и того же явления, одной и той же формы вещания. Появились и новые определения, вроде "передача на первой кнопке" или просто "третья кнопка", с явным желанием цифрой подчеркнуть социально-государственную значимость программы или уровень опеки и патроната властей. Это, мол, первая кнопка! А это – только третья... значит, менее важная. И уже не всегда можно сразу понять, что имеет в виду журналист или его начальники (приблизительность профессиональной терминологии стала чертой многих официальных документов), когда, скажем, употребляют слово "канал" – техническое обозначение эфирного диапазона, программу, которая идет по проводному (трехпрограммному) вещанию, или многочасовое обозрение – передачу, соединяющую разные по жанрам журналистские материалы, объединенные общей темой или адресом (об этом мы более подобно будем говорить в разделе о жанрах и формах радиовещания). Но

слово прижилось, и, рассказывая о развитии отечественного радио на рубеже 80–90-х годов, мы вправе пользоваться им как профессиональным определением. Утром на радио "Радио России" звучал двухчасовой блок канала "Начало", включавший сообщения корреспондентов, музыку, новости, в основном неполитические. Дневной блок был отдан популярному каналу "Домашняя академия". В программах авторского канала "От первого лица" обсуждались проблемы политики и экономики. Поздно вечером выходили молодежный развлекательный канал "4/4", включавший ставшие быстро популярными джазовые программы А. Колосова, цикл программ "Корни и ветви" – о жизни и судьбах известных людей.

Передачи для детей выходили в эфир утром под общим названием "Детский остров". Для подростков существовал "Шалтай-Болтай"; для старшеклассников – познавательные программы "Любопытство не порок", "Уникум, или Теория невероятности", программа психологической помощи подросткам "Счастливый билет", а также "Танцы на ужин" – дискотека с ди-джеем. Отдел религиозных программ знакомил своих слушателей с деятельностью различных религиозных конфессий на территории России. Существовали также рубрики по письмам слушателей: "Час письма", "Из России с любовью", "Преодоление" и др.

Ряд программ создавался на основе соглашения о многостороннем сотрудничестве с организацией при Всемирной службе Британской радиовещательной корпорации BBC-MPM при финансовой поддержке Европейского союза TACIS, в частности образовательные программы о бизнесе, экологии, мыльная опера-сериал "Дом 7, подъезд 4" (совместно с "Эхом Москвы"). Многие из этих программ существуют и сегодня. В апреле – июне 1998 года еженедельно на волнах "Радио России" передавался вызвавший большой интерес у слушателей цикл "Коридоры четвертой власти" (о средствах массовой информации). Он был создан BBC-MPM совместно с "Радио России" и факультетом журналистики МГУ также при финансовой поддержке Европейского союза TACIS.

С тех пор как "Радио России" стало главной государственной компанией, оно постепенно теряло свой альтернативный имидж. Его программы перестали принципиально отличаться от программ других государственных каналов, выделяясь, может быть, большей аналитичностью, большим числом материалов публицистического характера. Но в целом "Радио России" превратилось в официозный источник информации.

Не способствовало поднятию престижа государственных средств массовой информации и освещение войны в Чечне (1994–1995), где были созданы условия жесткой информационной блокады. В эфир шла однобокая, выхолощенная информация, сообщения из чеченских источников давались крайне редко. На характер показа событий повлияло и то обстоятельство, что и федеральная, и чеченская стороны искажали факты.

Гораздо полнее, а главное достовернее освещались события в Чечне коммерческой радиостанцией "Эхо Москвы", показывавшей позиции обеих конфликтующих сторон. В этой ситуации "Радио России", естественно, безоговорочно проводило политическую линию руководства страны. Согласно исследованиям группы Российско-Американского пресс-центра оценка журналистами работы СМИ по освещению чеченской войны по 5-балльной шкале выглядит следующим образом: "Эхо Москвы" получило 4,1 балла, а "Радио России" – 3,6. Такая низкая оценка объясняется тем, что государственная станция могла давать только официальную информацию, т.е. фактически корреспонденты Российского радио работали в условиях цензуры.

Важный момент в преобразовании государственного радиовещания связан с Указом президента России "О совершенствовании телерадиовещания" от 6 октября 1995 года. Первой причиной реорганизации явилось существование двух параллельных структур, занимавших явно неравное положение: с одной стороны, "Радио России", по статусу официальная государственная станция новой страны, с другой – входящие в государственное предприятие "Останкино" радиокомпании, лишившиеся монопольного

положения и в известном смысле отступившие в государственном вещании на второй план (за исключением, может быть, неизменно популярного "Маяка"). Такое сосуществование государственных компаний было в определенной степени атавизмом, данью старой системе и политике в области радиовещания и телевидения. И по мере того как в стране происходили политические, экономические и социальные перемены, назревала и необходимость коренных изменений в государственном вещании, упорядочения его деятельности.

Названным Указом президента «Телерадиокомпания "Останкино"» была ликвидирована. "Радио России", оставшееся в составе ВГТРК, Радио-1, "Маяк", "Юность" и "Орфей" получили статус общероссийских каналов с равными льготами и правами на использование технических средств, принадлежащих государству. Было подтверждено создание российской радиовещательной компании "Голос России" (образована в 1993 году) – иновещания.

Таким образом, были созданы единые условия для развития всей государственной системы радиовещания в Российской Федерации. Можно констатировать также закрепление автономизации отдельных эфирных каналов в этот период, их полную самостоятельность в проведении широкого спектра программной и кадровой политики и как следствие – безусловно, усиление конкуренции в секторе государственного радиовещания.

Однако проведенная реорганизация не сработала, и, прежде всего в силу консерватизма старых вещательных структур, бывших в течение длительного времени вершителями пропагандистской и информационной политики в стране, укоренившегося в сознании многих работников ощущения невозможности, да и отсутствия необходимости каких-либо серьезных изменений в вещании.

Помимо этого важного психологического фактора сыграла свою роль и объективная ситуация в стране: не только недостаточное финансирование электронных масс-медиа, но и почти полное его отсутствие, невнимание государства к такой важнейшей ветви "четвертой власти", как радиовещание, игнорирование того факта, что в стране за долгие годы сложились особая культура восприятия радиопередач, прочный интерес аудитории к радиовещанию, наконец, отсутствие четкой концепции государственного радио, его отношений с властью (интерес к радиовещанию появляется в моменты либо кризисных ситуаций, либо выборов или других общенациональных политических кампаний).

Смелее откликнулся на требования времени стремительно формировавшийся в стране сектор негосударственного радио. С его появлением возникла *качественно* новая ситуация, радикально изменившая привычную структуру радиовещания в стране.

После того как в 1991 году было разрешено частное, коммерческое радиовещание в Москве, Санкт-Петербурге и в областных центрах страны, начинается бурный рост негосударственных радиостанций. Если в 1990 году в Москве функционировали всего 3 негосударственные станции, то в 1991 году их стало 10, в 1992 — 21, в 1993 — 27, в 1994 году — 33 станции. В целом же к середине 1994 года государством было выдано более 400 лицензий на независимое телерадиовещание. При этом ряд станций исчез из эфира, например "Алла", SNC – радиостанция известного музыканта Стаса Намина, может быть, первый прорыв отечественных вещателей в еще не освоенную сферу музыкального УКВ-FM-диапазона.

На рубеже 80–90-х годов, естественно, стал заполняться диапазон УКВ (отечественный стандарт). Это связано главным образом с тем, что отечественная аудиотехника, доступная в то время потребителю, была рассчитана только на его прием. Но по мере насыщения российского рынка западной и японской техникой нашей аудиторией стал уверенно осваиваться FM-диапазон, причем наиболее успешные станции, такие, как "Русское радио", "Европа Плюс", "Максимум", "Авторадио", "Эхо Москвы", обладали частотами в обоих диапазонах.

О росте негосударственного вещания к концу 90-х говорят и такие цифры: Федеральная служба телевидения и радиовещания Российской Федерации выдала к 1998 году более 1500 лицензий на право вещания, главным образом частным лицам. В Москве к концу 90-х годов работали более 40 негосударственных радиостанций, из них в УКВ-FM-диапазоне – около 25; в Санкт-Петербурге – около 10; в крупнейших городах России, например в Нижнем Новгороде, Самаре, Екатеринбурге, Ростове-на-Дону, – до 4–6 коммерческих радиостанций. В Екатеринбурге помимо программ ГТРК существуют муниципальная станция, 4 местные независимые станции, 5 – транслирующих московские музыкальные коммерческие и информационную "Эхо Москвы".

Сложившийся мощный сектор негосударственного вещания представляют независимые, коммерческие, частные, религиозные и другие радиостанции с объемом вещания от нескольких часов до круглосуточного. Рассмотрим особенности некоторых из них.

Музыкальная радиостанция "Русское радио" начала вещание в августе 1995 года. Эта станция вскоре вырвалась в лидеры коммерческого вещания, оставив позади и опытнейшую "Европу Плюс", и "Радио-7", и радио "Максимум". Феномен "Русского радио" заключается в том, что это первая национальная станция, воплотившая новый принцип: звучат музыкальные произведения только на русском языке. Профессиональный состав станции, отличное качество звучания, хорошее производство радиорекламы, популярные опытные ведущие, а главное "музыка для души" – отечественная музыка минувшего времени и наших дней – все это обеспечило ей почти мгновенный успех.

Программная политика "Русского радио" оказала влияние и на другие коммерческие станции, которые также пошли по пути частичной или полной переориентации на российскую или русскоязычную музыку. Социологические исследования показали, что период безоглядного увлечения западной музыкой прошел.

Как уже говорилось, изменило свою музыкальную политику радио "Максимум", предназначенное прежде всего для молодежи, таким образом удержав свои позиции в группе лидеров FM-диапазона.

Музыкальные и информационно-музыкальные станции в основном дают в эфир выпуски новостей на основе материалов информационных агентств, прессы, информации радиостанции "Эхо Москвы", Интернета, но не имеют эксклюзивных сообщений, собственных корреспондентов и, естественно, не располагают разветвленной информационной службой.

"Европа Плюс" прибегает к услугами информационных агентств, а также пользуется собственными источниками. В новостных вещательных блоках станции – сообщения о важнейших событиях в стране и в мире, европейские новости, спорт, новости бизнеса, светская хроника, туризм и обязательно хроника дня.

Как правило, на станциях УКВ-FM новости звучат в начале каждого часа, иногда – в середине часа. Несколько иначе строит информационное вещание радио "Максимум": оно дает сообщения в 15, 30 и 45-ю минуты часа, причем каждый выпуск является тематическим: московские новости, экономика, шоу-бизнес и т.п.

Но как бы ни выглядело с точки зрения оперативности, широты тематического диапазона информационное вещание музыкальных станций, оно не играет главной роли в вещании. Чаще всего это программы второго плана после музыкальных, развлекательных, игровых передач, которые существуют на всех без исключения коммерческих станциях. Примером могут служить автомобильная игра "Русская формула", "Игра без слов", где лишь по нескольким тактам вступления нужно угадать мелодию, "Чехарда ассоциации" – игра-загадка, развлекательные музыкальные программы "Русские гвозди" – хит-парад наоборот, и "Доброе утро, Вьетнам" популярного ведущего Н. Фоменко, "Золотой граммофон" В. Пельша и А. Кортнева на "Русском радио". Целый каскад игр на везение (от передачи "Дозвонитесь седьмым" или «Друзья "Радио-7"» до познавательных "Да или нет",

"Московская викторина", музыкальная "Три кита" и многие другие) предлагает своим слушателям "Радио-7. На семи холмах".

На фоне подавляющего большинства музыкальных, музыкально-развлекательных, музыкально-информационных станций особое место занимают радиостанции так называемого "общего и новостного формата". Это станции, в программах которых серьезное место отведено информации, аналитическим передачам, художественным и другим.

"Свободное радио для свободных людей" – таков девиз и принцип, которого придерживается радиостанция "Эхо Москвы", начавшая свои передачи в эфире 22 августа 1990 года, в выборе материалов и выработке стиля общения с аудиторией. Для журналистов "Эха" с первого выхода в эфир не существовало запретных или невыгодных тем – самые острые, включая болезненные и трагические, вопросы жизни общества и отдельных людей становятся объектами внимания "Эха Москвы". Наряду с программами просветительского характера по истории страны и мира, с передачами об искусстве и культуре, о театре и музыке, которые готовят А. Агамиров и А. Варгафтик, К. Ларина и Р. Валиулин, М. Пешкова и В. Рамм, Б. Алексеев и М. Багдасарян, Н. Болтянская и Т. Невская и их коллеги, практически все журналисты "Эха Москвы" успешно соединяют в своей ежедневной практике навыки репортеров и обозревателей, специализирующихся на той или иной проблеме, – в вещательной программе дня "Эха Москвы" заметное место занимают разнообразные викторины и конкурсы, имеющие по сути своей образовательный характер, ибо побуждают слушателей к чтению новых книг, просмотру не только новых художественных, но и документальных и научно-популярных кинофильмов, к посещению музеев, выставок, концертов, театральных и музыкальных представлений.

"Эхо Москвы" еженедельно проводит несколько викторин, победители которых получают билеты-приглашения на вернисажи и кинопремьеры, на премьеры московских театров, на фестивали классической и эстрадной музыки. Среди наиболее популярных рубрик станции "Книжное казино", в котором слушатели могут выиграть, если правильно ответят на вопросы ведущих, новые книги различных российских издательств, лидирующих на отечественном книжном рынке. Причем в роли крупье в этом казино часто выступают сами известные писатели, поэты – когда речь идет о современной литературе, или видные литературоведы и ученые историки – когда предметом игры становится новое издание классика российской или мировой словесности или книга, ему посвященная.

Особую привлекательность дискуссиям общественно-политического характера в программах "Рикошет", "Без посредников", "Первая полоса" (обзор отечественной и зарубежной прессы, встречи с редакторами ведущих печатных изданий, комментаторами телевидения и других станций) придает возможность слушателям общаться с журналистами "Эха Москвы" и их гостями – политическими деятелями, знаменитыми спортсменами, мастерами искусств и просто интересными собеседниками, находящимися в студии, – непосредственно во время эфира по многоканальной телефонной связи или с помощью пейджера, номер которого аудитории постоянно напоминают во время передачи. Таким образом, любой слушатель имеет реальную возможность вмешаться в ход разговора, задать вопрос, высказать свое мнение, в том числе и несогласие, ибо никакого предварительного отбора вопросов и реплик аудитории на этой станции не существует. Дозвонившись до радиостудии, слушатель прежде всего слышит свой голос, и дальнейшее его участие в передаче зависит от его собственного желания, ума, такта и интересов.

По этому принципу – непосредственного и открытого диалога с аудиторией – проводиться дважды в неделю и едва ли не самая острая программа "Эха Москвы", по полярности и остроте в постановке социальных, экономических, политических и культурных проблем общественного бытия не имеющая аналогов на российском радиовещании. Эта передача называется "Без посредников", ее ведут всегда вдвоем руководители станции – главный редактор А. Венедиктов и его первый заместитель С. Бутман. Каждая из программ посвящена ответам на любые вопросы, касающиеся или жизни

страны и мира вообще, или работы "Эха Москвы", мнениям аудитории о передачах, о работе журналистов, о музыке, которая звучит на "Эхе Москвы".

При этом, начиная передачу, ведущие программируют только общее направление дискуссии: "Разговор сейчас пойдет о жизни вообще" или "Сейчас мы отвечаем на вопросы, касающиеся работы нашей станции". Таким образом, заранее известно лишь общее русло разговора. Конкретные темы, вопросы, проблемы определяют слушатели. Такая организация передачи требует высшего журналистского пилотажа: эрудиции, умения профессионально сформулировать проблему, выделить главное среди обилия второстепенных подробностей, а также много сил и искреннего, а не показного уважения к чужому мнению. А это бывает непросто, ибо многие слушатели, следуя старой советской привычке, достаточно часто готовы перенести свои идеологические или эстетические разногласия с радиожурналистами в этическую сферу, а то и в область обвинений, типичных для "охоты на ведьм", доходящей до откровенных грубостей и хамства.

Но, как показывает практика, при всех профессиональных и технологических сложностях ведущие работают в эфире, не отрываясь ни от многоканальных телефонов, ни от мониторов пейджинговой связи. "Без посредников" стала лидером среди других программ "Эха Москвы" и тем более среди похожих на нее передач других станций (хотя аналоги крайне редки в современном российском эфире) как раз оттого, что в этой передаче, как в зеркале, отражаются реальные интересы населения, его радости, огорчения, страхи и надежды. "Без посредников" стала не только аккумулятором общественного мнения, по крайней мере, в кругу постоянных слушателей станции, но и отражением основных направлений отечественной мысли и общественных интересов.

Добавим к этому, что на рубеже XXI века аудитория "Эха Москвы" составила десятки миллионов человек, ибо к 2000 году передачи станции распространялись регулярно почти в 70 крупных городах страны и прилегающих к ним регионах.

Интерес к политике, экономическим проблемам, повседневным вопросам жизни побудил некоторые станции музыкального профиля обратиться к новым темам, пригласив наиболее авторитетных и известных журналистов. Так, "Радио-7" организовало еженедельную двухчасовую программу "Давайте это обсудим" с известным журналистом Владимиром Познером, посвященную актуальным проблемам. Эта передача резко подняла престиж станции. Таким образом, дефицит аналитики, публицистики в коммерческом вещании, особенно в кризисные моменты нашей жизни, которые случаются весьма часто, стимулирует станции, не отказываясь в целом от избранного профиля и направления вещания, вводить в эфир новые программы (радиопублицистику) и новых журналистов.

Интересное явление в негосударственном секторе радиовещания – религиозные радиостанции, представляющие разные конфессии: "Радонеж", "Благовест", "Алеф", "София", "Голос ислама", "Кришналока", относящиеся также к числу разговорных, и др. Лишь немногие из них имеют собственные частоты, большая часть арендует время у государственных радиостанций – "Голоса России", "Маяка" и др.

Путь, пройденный коммерческим вещанием, достаточно сложен. Многие станции родились и развивались под сильным влиянием государственных, особенно это относится к тем из них, основателями которых стали журналисты, работавшие в единственной в стране государственной радиоструктуре. Некоторые начинали просто с нуля, не зная специфики радио, его природы, закономерностей. Ряд каналов осваивал западные модели – сначала в чистом виде, а затем с пониманием необходимости их модификации, адаптации к российским условиям.

Еще в начале 90-х годов работники новых станций почти единодушно говорили об отсутствии конкуренции и взаимодополняемости различных станций. Однако этой иллюзии суждено было разбиться о суровую реальность: уже в середине 90-х годов рынок аудиовизуальных масс-медиа, в том числе и радиорынок, оказался жестко поделенным, особенно в FM-диапазоне, и конкуренция стала остро ощущаться практически всеми радиостанциями.

Государственным станциям пришлось в значительной мере пересматривать свою программную концепцию, корректировать сетки вещания, вводить новые программы. И это в весьма бедственных условиях, в которых оказались государственные станции особенно после президентских выборов 1996 года. На пресс-конференции в феврале 1997 года выяснилось, что в 1996 году государственные радиостанции получили всего лишь 4% от положенных им бюджетных средств.

В августе 1997 года Указом президента "О совершенствовании структуры радиовещания в Российской Федерации" было ликвидировано "Радио-1" как государственная станция и были объединены в единую радиостанцию "Маяк" и "Юность". Старейшая в стране информационно-развлекательная радиостанция "Маяк" неизменно пользуется популярностью у слушателей. В сутки "Маяк" передает 50–55 оригинальных звуковых материалов: репортажи, интервью, комментарии, ответы политиков, ведущих, ученых на вопросы радиослушателей. Постоянный отклик аудитории вызывают комментарии известного политического обозревателя радиостанции Ю. Семенова, материалы Н. Нейча, А. Рувинского, В. Безяева и других журналистов.

В условиях рынка обострилась конкурентная борьба за частоты и качество звучания, а, следовательно, проблема технического оснащения станций (переход на цифровую аппаратуру, компьютерный монтаж, спутниковую связь и спутниковое вещание и т.д.), а также борьба за рекламу – важнейший источник существования радиостанций.

Конкуренция заставляет станции искать свои индивидуальные черты, свой неповторимый эфирный образ, который может привлечь внимание пусть небольшой, но постоянной части аудитории. Найти, завоевать, а затем удержать своего слушателя – такова программная политика станций. А выполнять эту задачу с каждым годом становится все сложнее и сложнее. Интересен опыт московской узкоспециализированной станции "Авторадио", работающей для тех, кто за рулем. "Авторадио" стремится дать максимально оперативно всю необходимую для водителя информацию: о состоянии дорог, об аварийности, преступности, экологических проблемах и т.д. Именно узкая функциональность и определила успех станции.

Важная черта развития СМИ на рубеже XX и XXI веков – образование мощных вещательных корпораций: в 1996 году был создан "Медиа-Мост" – мультимедийный холдинг В. Гусинского, в который наряду с НТВ, "НТВ Плюс", "НТВ Профит", "НТВ Дизайн", телесетью ТНТ, "Бонум-1" – спутником цифрового вещания, издательским домом "7 дней", различными печатными изданиями входит радио "Эхо Москвы". Идет процесс создания своеобразных радиовещательных империй – сетевых музыкальных станций: "Европа Плюс", "Русское радио", «Радио России "Ностальжи"», "Радио 101" и других, выходящих в FM-диапазоне в Москве и через спутники на другие города России и дальнего зарубежья. Примечательно и то, что ряд станций имеет дочерние предприятия, например «Радио "Классика"», начавшее вещание в апреле 1997 года, – дочерний проект "Русского радио".

Радио по-прежнему играет важнейшую, а подчас и ключевую роль в комплексе независимых средств массовой информации страны. Это обстоятельство объясняется рядом причин. Ведь исторически радио было и остается главным источником информации, особенно в "глубинке" России. Именно поэтому оно способно сыграть важнейшую интегрирующую роль. Социологические исследования показывают, что 89% жителей областных центров России слушают радио, и 77% из числа опрошенных отмечают, что радиовещание в целом их удовлетворяет. В среднем время прослушивания радиопередач в будние дни составляет 2 часа 42 минуты и почти столько же в выходные – 2 часа 36 минут (для сравнения: средний американец слушает радио 3 часа 20 минут в сутки, при этом 56% американцев черпают первую информацию днем именно из радиопередач). В отличие от телевидения, которое смотрят в основном дома, радио слушают и дома, и в автомобиле, и на работе, и на даче. Более половины радиослушателей (58,8%) имеют в своих домашних хозяйствах один радиоприемник; 28,1 – два; 12,2% – три и более. В Москве насыщенность

радиоприемниками выше, чем в центральных регионах России: процент людей, имеющих два, три и более радиоприемников, составляет 35,2 и 17,4 соответственно.

Самым распространенным в регионах типом радиоприемников является обычный сетевой однопрограммный радиодинамик (48,2%), который чаще всего помещают на кухне, 41,8% имеют стационарный радиоприемник, 45,6 – переносной и лишь 12,8% – автомобильный. Большинство (33,7%) опрошенных радиослушателей, проживающих в областных городах центра России, слушают УКВ-FM диапазон, 25,3% предпочитают средние волны. В Москве FM-частоты пользуются большей популярностью, чем в регионах, и это напрямую связано с распространением иностранной техники.

Основу радиовещания в описываемый период составляет прямой эфир с элементами интерактивного общения с аудиторией, т.е. с использованием технологий, позволяющих аудитории выражать свои оценки непосредственно во время радиопрограммы. Вполне естественно, что такие возможности меняют, постоянно ускоряя, ритм вещания.

В то же время стало очевидным, что чрезмерное увлечение "высокими технологиями" современного радио приводит порой к снижению качества профессиональной практики радиожурналиста у микрофона.

Проблема эта не нова. Она возникает каждый раз, когда радио получает новую технику. Так было уже, когда в аппаратных появилась техника электронного монтажа. Ведь если с помощью техники можно смонтировать или перемонтировать фразу или отдельное слово, превратив их в противоположные по смыслу, то так ли важно, кто и как, с какой интонацией произнесет это слово и всю фразу: на монтаже поправят.

Техника, действительно, позволяла делать чудеса при монтаже, а журналисты все чаще сталкивались с собственным неумением формулировать мысли, не говоря уже об общем резком снижении культуры речи. Наиболее дальновидные программисты "нового вещания" это понимали и искали возможности если не для развития, то хотя бы для сохранения отечественного вещания.

Не случайно возник живой интерес к наиболее ярким образцам отечественного радио. "Русское радио" передавало в эфир для детей знаменитую "Радионяню", "Клуб знаменитых капитанов" возродился на волнах радиостанции "Эхо Москвы".

Радио XXI века все чаще обращается к лучшим традициям отечественного вещания. Это касается всех направлений вещания и в информационной деятельности радио, и в публицистике, и в организации просветительских и развлекательных передач.

ГЛАВА 2

ОСОБЕННОСТИ РАДИО КАК СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Радиовещание в системе современных каналов коммуникации

У истории XX века практически нет иного столь яркого примера взаимодействия и взаимовлияния, как радио и другие каналы массовой информации. Всего три десятилетия относительно спокойной жизни технический прогресс дал радиовещанию для упрочения своих позиций. Уже в середине 50-х годов о нем высказывались как о «факире на час». Если принимать во внимание время существования нашей цивилизации, то три десятилетия – это даже не час, а мгновение.

Тысячу лет назад китайский поэт и ученый Ван Цзюньюй, чаще именуемый в древних книгах как Ван Ци, изрек и записал: «Не доставляет удовольствия слушать то, что надлежит смотреть». Некоторое время спустя он выразился еще более точно: «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». Через десять веков присказка зазвучала как приговор. Поклонники телевидения обратились к мудрости китайца как к наиболее точной формулировке обвинения радио в ограниченности, а следовательно, и в бессмысленности его существования.

«Могильщиков» радио трудно обвинить в преувеличении. Экспансия телевидения во всем мире достигла таких размеров, что возникли сомнения в правомерности жизни и театра, и кинематографа, а с появлением трансляций из музеев и видеофильмов о живописи – в целесообразности открытия музейных коллекций. Если бесстрастные компьютеры предрекали грядущую нищету всем традиционным видам зрелищного искусства, подсчитывая кассовые убытки и все увеличивающееся число пустых кресел в кино-, театральных и концертных залах, то нетрудно вообразить, сколь незавидным представало будущее радио, все художественное достояние которого заключалось в невидимых миру звуках.

Даже самые доброжелательные исследователи сходились во мнении, что судьба радио в микроминиатюризации технических средств: вот создадут инженеры приемник размером с аптечную таблетку (технически это вполне возможно, более того, эта идея практически была реализована к концу 70-х годов) и будет она подавать сигналы, вмонтированная в петлицу, сообщая погоду и наиболее важные новости. Что же касается обширной событийной и художественной информации, общения с коммуникатором, аудиокультуры во всех ее разновеликих и многообразных аспектах... то «лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать».

Такое мнение распространилось в среде специалистов, наблюдавших взаимоотношения средств массовой информации и культуры сквозь призму жестокой конкурентной борьбы. Это касалось развития СМИ в любых социально-политических условиях, даже в том случае, когда государство стремилось максимально регулировать эти взаимоотношения, как это было у нас в стране. Но и при диктатуре КПСС, когда планы работы всех СМИ заранее утверждались в одном и том же здании, одними и теми же начальниками, даже при таких условиях реальная конкуренция существовала, ибо

ежедневно и ежечасно у аудитории возникала проблема выбора: смотреть или только слушать, что само по себе стимулировало соперничество в стремлении привлечь внимание населения.

К началу второй половины XX века могущество телевидения, особенно в споре со зрелищными видами искусств (театр, кино, эстрада) и аудиокультурой (радио, грамзапись), казалось всесокрушающим. Но в то же время исследователи стали обращать внимание на целый ряд парадоксов в развитии как системы СМИ в целом, так и отдельных ее элементов. Прежде всего, эти парадоксы стали проявлять себя в наиболее развитых «телевизионных державах», в частности в Соединенных Штатах Америки.

В 1959 году, на пике «телевизионного бума», в США насчитывалось 3879 радиовещательных станций различной мощности. В это же время работало около 900 телестанций. Американцы, как известно, не любят вкладывать деньги в предприятия, не приносящие прибыли. Прибыль же на радио и телевидении связана с передачей рекламы. А количество рекламодателей и суммы прибылей непосредственно зависят от расширения или сужения аудитории.

Через несколько лет возникла следующая ситуация, изумив и специалистов, и широкую публику: к 1976 году в США работало 8120 радиовещательных станций различной мощности при 1016 телевизионных студиях; соотношение – 1:8 против 1:4 восемнадцать лет назад. В отдельных штатах и городах еще более выразительные показатели свидетельствовали о том, что радио не теряет аудитории и телевидению в своем рекламном воздействии на население не уступает: Нью-Йорк – 344 радиовещательные станции и 42 телевизионные; Пенсильвания – соответственно 344 и 34 и т.п. Заметим, что приведенная здесь статистика учитывает лишь станции с регулярным и постоянным вещанием в несколько часов, одноразовые или нерегулярные радиоакции рекламного характера не учитывались.

К началу 70-х годов наиболее дальновидные специалисты в разных странах, главным образом там, где телевидение удовлетворяло интерес публики, пришли к выводу: распространение телепередач не является причиной значительного снижения интереса к радиопрограммам.

На рубеже 80-х годов социологи публикуют результаты исследований, из которых следует, что в некоторых полностью телефи-цированных районах СССР почти 90% жителей при обращении к тому или иному средству массовой информации предпочитают радио (второе место после газет по популярности).

Можно вспомнить и такой – не единственный в своем роде – курьез: в одной из европейских стран газета, печатавшая телевизионные программы, объявила в качестве приза 750-тысячному подписчику цветной телевизор новой модели, но по просьбе читателей он был заменен на стереофонический радиоприемник.

Западногерманские футурологи Х. Байнхауэр и Э. Шмакке в своем обширном труде «Мир в 2000 году» специальную главу посвятили взаимоотношениям радио и телевидения и высказали такой прогноз: «Никаких серьезных изменений в этой области не произойдет, хотя и предусмотрено дальнейшее расширение телевизионной сети и увеличение объема передач по каналам телевидения. Единственной уступкой радиовещания будет разработка новой структуры его программ».

Этот прогноз был сделан немецкими учеными в ситуации, когда большинство их коллег пророчили если не полное, то, по крайней мере, глобальное сокращение радиовещания вообще. Как показала жизнь, они ошибались, в то время как прогноз Х. Байнхауэра и Э. Шмакке оправдался полностью. Объем радиовещания в принципе увеличивался параллельно с ростом телевидения, а вот его структура менялась резко, о чем особенно ярко свидетельствует эволюция радиопрограмм в отечественном эфире: строго дифференцированные по содержательным и адресным критериям коммерческие радиостанции значительно превышают по объему вещания параметры бывшего

Всесоюзного радио, предоставляя слушателям столь же выросшую, но принципиально изменившуюся тематическую палитру передач.

Каким же образом радио удается сохранить свою привлекательность в действительно очень трудных для него условиях жесточайшей конкурентной борьбы за внимание аудитории? Здесь правомерно выделить три природных свойства радиовещания, обусловливающих его жизнеспособность.

1. В структуре современных СМИ радио остается наиболее оперативным. Ни телевидение, ни кинематограф даже на рубеже XXI века не обладают техникой, позволяющей без предварительной подготовки выходить в эфир из любой точки земного шара с рассказом о событии и явлении любого характера уже в момент начала этого события. Соответственно это обстоятельство облегчает приглашение к микрофону в качестве комментаторов наиболее актуальных и социально значимых фактов и явлений представителей общественности, государственных деятелей, авторитетных людей во всех областях знаний и, конечно же, самих участников событий. Во всем этом, как показывает мировая практика вещания, включая и российскую, радио уверенно опережает и прессу, и телевидение.

2. Из всех СМИ радио является самым удобным («неприхотливым», «комфортным») для восприятия аудиторией. Слушание радио, как правило, не требует отказа от повседневных дел, его можно совместить и с производственной занятостью, и с бытовыми реалиями (уборкой квартиры, хозяйственными делами и т.п.). Колоссальную часть аудитории радио во всех направлениях вещания – от музыкальных программ, новостных выпусков до передач литературно-драматических композиций и «радиокниг» – составляют автомобилисты за рулем и их пассажиры. Более того, разнообразие интересов именно этой части аудитории стимулировало значительное расширение жанрово-тематических параметров вещания (что в свою очередь способствовало увеличению числа современных форматов радиостанций, а также увеличению количества самих станций, более четкой их адресной и содержательной направленности и дифференциации).

3. Радиовещание оказывает несомненное психологическое влияние на людей. В системе СМИ радио, ориентированное прежде всего на слуховое восприятие, воздействует более других на воображение человека. На это обращают внимание многие современные физиологи вслед за великими русскими учеными И.М. Сеченовым и И. П. Павловым. Еще до появления радио было доказано, что человек в меру своих возможностей и развития ассоциативного мышления пытается перевести звуковые впечатления в зрительные. Процесс этот неизбежен, он не зависит от желания человека, ибо выражает объективную закономерность природы восприятия окружающего мира.

Радио возбуждает фантазию, стимулирует чувства и тем самым дает работу и мышлению, и неосознанным эмоциям. Иначе говоря, оно помогает человеку выйти из той эмоциональной «стабильности», в которую приводят его бесконечно повторяющиеся, постоянно дублирующие друг друга служебные, рабочие и бытовые обстоятельства, условия среды, регламентирующие развитие личности.

Радио высвобождает воображение и определенным образом компенсирует тот эмоциональный и мыслительный застой, те навыки автоматизма в поведении и реакциях, которые выработаны привычным жизненным опытом.

К этому следует добавить и повторяемость всевозможных стрессов, которые человек получает на работе, в быту, в обстоятельствах жизни большого города. Эти стрессы, как утверждают психологи, также полностью подчиняют себе мышление и эмоции.

Что же происходит с индивидуумом?

До предела «загруженный» проблемами напряженного производственного дня, окунувшись в агрессивную по отношению к отдельной личности общественную среду в дороге, человек и дома не всегда может избежать разнообразных хлопот и тревог. Наконец

вечером он садится к телевизору и... получает с огромной экспрессией отобранные и продемонстрированные слепки (копии, аналоги) тех самых стрессовых фактов, ситуаций и обстоятельств, которые сопровождали его в течение дня. Причем получает он их с высокой точностью и большой выразительностью: в цвете, со стереофоническим звуком, в быстром клиповом ритме, а в перспективе – и в объемном (стереоскопическом) изображении. Восприятие такого человека оказывается явно перегруженным, фантазия – задавленной, воображение – отключенным. Между тем нормальный организм требует эмоционального равновесия, которое в определенной мере и способно создать прослушивание радиопередач. Социопсихологи утверждают, что даже самая трагическая информация воспринимается с меньшим нервным напряжением по радио, чем с экрана телевизора, ибо в этом случае срабатывает механизм психологической защиты, который есть у каждого индивидуума.

Таковы основные свойства радио, позволяющие ему успешно взаимодействовать (при хорошем организационном уровне) с телевидением, сохраняя при этом неповторимые методы и формы воздействия на аудиторию, а также интерес слушателей.

* * *

Взаимоотношения радио и прессы, как правило, обусловлены разделением задач этих видов СМИ. В условиях развитой системы современных СМИ получили распространение такие формулы:

– дело радио – информировать;
– дело телевидения – демонстрировать;
– дело газеты – анализировать и объяснять.

В принципе такая точка зрения имеет право на существование, если, разумеется, не забывать о том, что ни одна из перечисленных формул в чистом виде не реализуется, а все они существуют в неразрывных связях на каждом из каналов. Но, тем не менее, указанная триада позволяет говорить о приоритетах в практике каждого из каналов. Учитывая это, пресса, радио и телевидение, особенно при наличии единого организационно-контрольного центра (государственные органы управления СМИ или принадлежность различных каналов к одной информационной империи типа концерна Херста в США или «Мост-Медиа» в России), достаточно широко используют выгоды от координации своей работы.

История отечественного радиовещания знает много примеров совместных действий с печатью. Достаточно вспомнить знаменитые радиомитинги 30-х годов, которые зачастую начинались с постановки предварительного обсуждения проблем в печати; газеты же освещали ход радиомитингов, комментировали, подводили итоги. В 90-е годы печать, телевидение и радио, находящиеся под контролем государства или определенной финансовой группы, стараются воздействовать на общественное мнение в ситуациях политически и социально экстремальных, например, в период подготовки к выборам. В этом случае печать, радио и телевидение, принадлежащие одному хозяину, создают наиболее благоприятные коммуникативные возможности друг для друга: анонсируют публикации и программы, координируют выпуск соответствующих материалов по времени, стилю и адресу, тиражируют отзывы на программы, передачи и статьи, стремятся регулярно обнародовать ссылки на работу коллег. Важно отметить, что в подобной ситуации обеспечивается такое важное условие воздействия на общественное мнение, как *непрерывность потока социальной информации.*

Большое влияние на положение радио в системе СМИ оказывает взаимодействие центрального и регионального вещания. Они должны не подменять друг друга (каждое отвечает специфичным требованиям аудитории), а дополнять. Радио, как и все местные СМИ, участвует в создании единого информационного пространства страны. В последние годы местные СМИ начинают все более мыслить общенациональными категориями. (Одним из примеров может служить деятельность провинциальных парламентских корреспондентов Федерального Собрания РФ. Аудитория многих регионов получает

предоставленную ими интерпретацию общегосударственных событий и фактов, особенно в аспекте значения последних для конкретного региона.)

Актуален вопрос о практическом взаимовлиянии СМИ: каждое из них что-то дает партнерам по системе, что-то заимствует у них. Все это выстраивается в своеобразную систему. Отметим некоторые позиции.

1. Широкий обмен кадрами, кадровая миграция. Совпадение специализированного журналистского образования (газетчик, «телевизионщик», «радист») и рода работы, скорее, исключение, чем правило. Большинству журналистов приходится пробовать свои силы в разных СМИ. Это, конечно, обогащает возможности специалиста, но овладеть на достаточно высоком профессиональном уровне особенностями труда в каждом СМИ удается редко. Специализация все-таки нужна.

2. Информационный обмен, использование радиожурналистами материалов печати, ТВ, Интернета – напрямую и в переработанном виде (например, обзоры газет и журналов в эфире). В свою очередь материалы радио используются в газетах и журналах (характерна рубрика «Радиоперехват»). Совместная разработка пластов информации (пресс-конференции, популярные интервью радиостанции «Эхо Москвы» в радийном и телевизионном вариантах).

3. Проведение общих политических, рекламных, культурных акций, пропагандистских кампаний, проектов и т.д. Они разнообразны по значению и масштабу: от президентских выборов, общенациональных референдумов до «раскрутки» музыкальных групп, выпуска компакт-дисков и т.п. Взаимная реклама продукции, информирование о наиболее значительных явлениях в каждом из СМИ.

4. Обогащение и миграция форм, жанров, методов в системе СМИ в целом.

* * *

На рубеже XXI века одним из самых мощных и действенных контрагентов радиовещания стала глобальная компьютерная сеть Интернет.

Настало время, когда любой радиостанции, чтобы расширить рамки своей аудитории, достаточно помимо эфирного вещания начать его в сети Интернет. К 1998 году в Москве, например, почти не осталось коммерческих FM-радиостанций, равнодушных к этой новой форме распространения программ и передач. Однако точкой отсчета можно назвать 1996 год: в октябре этой формой вещания заинтересовалась радиостанция «Европа Плюс», выпустив в режиме *Real Audio* программу «FM Достоевский» Артемия Троицкого. Позднее эта программа появилась в сетке вещания радиостанции «Эхо Москвы». В декабре того же года начали вещание в Интернете радиостанции «Серебряный дождь» и «Ракурс».

Прослушивание радиостанции в режиме *Real Audio* – достаточно простое занятие: не нужно крутить ручку тюнера или настраивать цифровой приемник, следует лишь подключить свой персональный компьютер к Интернету через провайдера (фирма, предоставляющая полный комплекс Интернет-услуг) и с помощью броузера (программа поиска в сети) *Microsoft Explorer* или *Netscape Navigator* набрать адрес сервера: *http://www.realaudio.com* – и выбрать среди перечня станций, вещающих в сети, желаемую. При этом сохраняются все основные преимущества радио, а ваши возможности увеличиваются: слушая радиопередачу через Интернет, вы одновременно можете играть в компьютерную игру, набирать текст дипломной работы или отправлять электронное послание любимой девушке.

Интернет дает возможность быть в курсе всего, что происходит на интересующей вас станции, главное, чтобы был компьютер с доступом в сеть; качество звука при этом будет зависеть лишь от качества динамиков и скорости вашего модема (устройство, соединяющее компьютер с Интернетом).

Кроме вещания в *Real Audio* практически все московские радиостанции в целях расширения целевой аудитории и более детального изучения ее вкусов открыли собственные *web*-сайты, или серверы (персональные электронные странички). Надо сказать, что некоторые радиостанции можно слушать прямо с их *web*-сайта, нажав «мышкой» на

значок *«Real Audio»* или табличку с надписью *«live internet broadcasting»* (живое вещание в Интернете).

На сайте слушатели имеют возможность сами выяснить подробности о том, кто учредил радиостанцию, узнать все о ее формате и рекламных тарифах, увидеть логотип и сетку вещания, ознакомиться с последними новостями, рассмотреть лица популярных ведущих, прочитать об их вкусах и пристрастиях и т.д.

Кроме того, слушатель может отправить *e-mail* (электронное письмо), при желании указав свое имя, возраст и электронный адрес, заказать музыкальную композицию в программу по заявкам (например, на московских радиостанциях «Русское радио» и «Серебряный дождь» подобные заявки рассматриваются в первую очередь, так как электронные письма в отличие от обычных почтовых отправлений и факсов доходят до адресата в течение нескольких секунд).

Для своих горячих поклонников некоторые радиостанции создают специальный раздел «Стена», где любители пообщаться через Интернет оставляют краткое сообщение о себе, свой вопрос или мнение о происходящем на станции, а позже могут прочитать ответ одного или нескольких участников электронных «дебатов».

Помимо официальных *web*-сайтов (созданных по заказу руководства станции) возникают также неофициальные «странички», которые готовятся поклонниками радиостанции. Эти сайты зачастую наполнены более интересной информацией и фотографиями (например, неофициальный сайт радио «Максимум» во многом любопытнее официального для определенного круга радиофанатов или поклонников той или иной «звезды» современного искусства).

Часто электронные страницы радиостанций начинают жить самостоятельно от вещательных программ. Время от времени обновляется их дизайн: появляются новые картинки, меняются «обои» – фон, на котором располагаются текстовые и фотоматериалы, добавляются новые фотографии, «аудиосэмплы» – примеры джинглов («отбивок» и позывных радиостанции). С помощью специального счетчика посещений, расположенного на главной страничке сайта, можно отследить, сколько человек – потенциальных слушателей или рекламодателей – ежедневно «посещают» сервер радиостанции.

Следует заметить, что ряд радиостанций, которые в силу разных причин прекратили вещание в эфире, продолжают свою работу в Интернете. Так, закрывшаяся в декабре 1997 года радиостанция «Ракурс» (792 kHz, СВ) длительное время благополучно продолжала существовать в Сети *(http://www.rakurs.ru).* Ее поклонники могли ознакомиться с жизнью полюбившихся ведущих, узнать о том, на какие станции они перешли, найти информацию о концертах музыкальных коллективов с участием некоторых из ведущих радиостанции, услышать главный джингл радио «Ракурс» и даже небольшой аудиоролик, в котором популярный ведущий радиостанции Сергей Рымов призывал поклонников не унывать в связи с закрытием станции и просил заинтересованных лиц – бизнесменов и банкиров – помочь «Ракурсу» вновь появиться в эфире.

Интернет расширяет возможности как радиовещателей, так и слушателей, способствуя их более тесному контакту. Вещание в Сети и электронные странички с наличием обратной связи *(e-mail,* раздел «Стена») дают возможность как программным директорам, так и диджеям узнать мнение своих слушателей о работе радиостанции, помочь сделать радиопрограммы более интересными и насыщенными, а следовательно, еще более привлекательными для потенциальных рекламодателей.

Функции радиовещания

Слово *функция* словари трактуют как обязанности, назначение, роль, круг деятельности. Опираясь на это определение, мы и рассматриваем разнообразные функции радиовещания. А так как роль в обществе возложена на радиовещание достаточно ответственная, круг деятельности очень широкий (обязанности вытекают из того ведущего положения, которое радио занимает в системе СМК), а назначение обусловлено многообразием целей, задач и проблем, стоящих перед обществом, то вряд ли надо тратить много слов на доказательство аксиомы: осмысление и осознание журналистом социальных функций своей профессии поможет ему самому определиться в этом мире и в этой работе. В конце концов, формулировка и стратегических задач, и конкретных целей журналистской практики бессмысленна, да и безрезультатна вне ориентации в обществе и без понимания своего предназначения. При этом предварительно стоит обратить внимание на три фактора, общих для массового вещания.

1. Радиовещание осуществляет разные функции одновременно, т.е. оно полифункционально.

2. В практике вещания очень сильно и постоянно проявляют себя дисфункциональные явления, когда реальная деятельность той или иной редакции (вещательной компании, информационного канала и т.д.) противоречит функциональному назначению вещания данного подразделения, а порой и объявленной им цели (например, вместо информационного обеспечения аудитории дается дезинформация).

3. Жизнедеятельность любого средства массовой информации, в том числе и радиовещания, никогда и нигде не существует вне определенных агитационно-пропагандистских тенденций и тем более не свободна от них. В соответствии с конкретными социально-политическими, экономическими и иными задачами идет подбор информации и комментирование ее в выпусках новостей; с учетом рекламных, воспитательных и других не менее конкретных задач формируются разнообразные художественные и образовательные программы.

Наконец, важно подчеркнуть, что изменения государственного строя, социальной и нравственной атмосферы выводят на первый план одни цели и уводят в тень другие; соответственно одни функции в определенный период времени занимают доминирующее положение, а другие сходят на нет. Так, при тоталитарных режимах нивелируется значение информационной функции, просветительских задач, тогда как функции радиовещания, связанные с коллективной пропагандой, коллективной агитацией и коллективной организацией масс, с интеграцией общества, формированием общественного мнения, становятся превалирующими.

И, наоборот, при демократическом развитии жизни общества усиливаются информационная, просветительская и другие функции, связанные с предоставлением аудитории максимального объема разнообразных сведений о жизни, способных побуждать человека к свободному осмыслению событий, а потому – к свободному выбору собственных поступков.

Многочисленные функции радиовещания правомерно сгруппировать следующим образом.

I. Информационные: собственно информационная функция, рекламная.

II. Обеспечивающие социальное управление обществом: интегративная функция, функция выражения и формирования общественного мнения, общения, воспитательная, агитационно-пропагандистская, организаторская.

III. Культурно-просветительские: эстетическая, просветительская, функция развлечения – рекреативная.

Знание функций радиовещания необходимо для четкого построения сетки вещания, при выборе формата станции, при формировании структуры и содержания вещательных программ и передач. Остановимся более подробное на описании функций радиовещания.

I. Информационные функции. Все средства массовой информации получили свое название потому, что первым и главным их качеством – тем, ради чего и создавались, скажем, петровские «Ведомости», – была способность удовлетворить информационные потребности личности, общества и государства. Радио распространяет информацию полнее, быстрее, достовернее и эмоциональнее других СМИ. Из общетеоретических курсов по журналистике известно разнообразие толкований понятия «информация». Здесь мы употребляем этот термин в самом узком и конкретном смысле: осведомление людей о событиях в стране и мире, рассказ о новостях. Лишь в этом значении можно выделить **собственно информационную** функцию радио, поскольку информацией в широком плане является и трансляция театрального спектакля. Попадая в контекст радиопрограммы, любая передача обретает дополнительную информационную окраску благодаря взаимосвязи с другими элементами программы и событиями дня.

Регулярное получение социальной информации стало для человека необходимым условием полноценного участия его в современной жизни. Информационные выпуски, состоящие из репортажей и устных сообщений о том, что произошло в последние часы в мире или в том регионе, на который вещает данная станция, составляют опорные точки ежедневной сетки вещания. Все остальные радиопередачи располагаются в интервалах между выпусками новостей. Сдвиг выпуска новостей с традиционного места и времени в эфире – событие чрезвычайное, но характерное для переустройства системы массового вещания в конце XX века.

Иногда в выпуски новостей включается прямой репортаж с места события, но это происходит лишь тогда, когда это событие совпадает по времени с выходом в эфир новостей и если каждый момент его достаточно динамичен, красноречив, достоин рассказа (например, Олимпийские игры).

Для удовлетворения потребности людей получать оперативную информацию в концентрированном виде применяются все новые формы ее подачи – «заголовки новостей» перед основным выпуском и после него, сверхкраткие выпуски между другими передачами.

В выпусках новостей принято сначала сообщать о наиболее существенных фактах из сферы политики, а также о событиях, резко отличных от обычного, нормального течения жизни. И уже затем идут новости из области медицины, культуры, науки. Особое место занимают новости спорта. Всегда привлекательны также события вечно длящегося противостояния человека и природы: восхождения, перелеты, глубинные погружения, походы через пустыни, к полюсу. Некоторые радиостанции организуют выпуски биржевых новостей, а также новостей моды (модной одежды, модного стиля в оформлении жилищ и т.п.).

Доступность информации для широких слоев населения, возможность свободного выбора ее источников и уровень информированности считаются признаками благополучия общества и цивилизованности. Спрос на определенную информацию диктуется прежде всего общей политической ситуацией в стране. Во времена политических стрессов очень важно информировать общество о том, когда и какие решения приняты, а какие отменены, кто у власти, а кто отстранен, как идут референдумы, выборы, – все это влияет на поступки, действия и поведение людей. Политические катаклизмы на уровнях регионов, «горячие точки», в которые втягиваются не только местные жители, но и многие россияне, также требуют оперативной информации.

Во время изменений экономической ситуации в стране информация становится жизненно важной. Необходимо освещать многие постоянно меняющиеся реалии жизни: уровень цен, пенсий, зарплаты, курс рубля, уровень инфляции, правовые нормы. Таким образом, происходит расширение зон, сфер и тем информации, ее видов и направлений. Активизируется процесс потребления информации, ее использования и переработки. И здесь специфические возможности радио оказываются незаменимыми: оперативность, вплоть до синхронного освещения события (что расширяет рамки повседневности слушателя); доступность с точки зрения и технической, и смысловой (информационные

выпуски это передачи «для всех»); благоприятный режим потребления – возможность сочетать прослушивание с другими занятиями (на чем основаны, например, получившие развитие передачи для автомобилистов); возможность передавать звуковую картину событий.

К числу дисфункциональных явлений в программах радио относятся идеологизированность информации, появление рецидивов пресловутых запретных тем и зон, цензуры и самоцензуры; неудовлетворительное поступление информации из провинции; участие радио в информационной блокаде некоторых событий и явлений. Основной порок такой практики – соединение фактов и мнений, подмена фактов мнениями. Был такой термин – «агитация фактами», т.е. замена фактов агитацией, что в информационном вещании совершенно недопустимо.

Радионовости называют «секундной стрелкой истории». Работа этой «стрелки», особенно в горячие часы истории, во многом определяет эффективность радиовещания и общественную потребность в нем.

Рекламная функция радио близка к собственно информационной, но содержит в себе столько специфических особенностей (в целеполагании, стилистике), что ее справедливо выделяют как самостоятельную. Реклама нужна: она помогает ориентироваться слушателю в быстро меняющемся сложном мире товаров, услуг, идей, ценностей, дает возможность полезного выбора, принятия разумных решений. Реклама требует от радиожурналиста профессионализма, специальных знаний, способностей и навыков.

Существует мнение, что рекламная функция появилась в отечественном радиовещании только в последнее десятилетие XX века. Однако это не так. Реклама зазвучала в эфире еще с середины 20-х годов (тогда существовало, напомним, акционерное общество «Радиопередача»). Наработан интересный опыт, который заслуживает специального изучения. В начале 30-х годов реклама из радиопрограмм исчезла: не вписалась в идеологическую концепцию КПСС. В дальнейшем (особенно в региональном вещании) появлялись разного рода объявления, но традиция радиорекламы прервалась. Поэтому реклама, особенно в нынешнем ее объеме и виде, и представляется явлением принципиально новым.

Средства, полученные от рекламы, помогают функционированию вещательных редакций (станций, программ, рубрик). Для многих негосударственных станций она является главным источником дохода.

Радиореклама, начавшись практически с нуля, к середине 90-х годов буквально захлестнула эфир. Происходит экспансия рекламы как элемента дикого рынка. Сразу обнаружилось множество дисфункциональных моментов: отсутствие четких законодательных норм относительно финансовых вопросов, содержания, качества и количества эфирной рекламы, а также правил и норм размещения ее в программах. Появилась проблема скрытой рекламы.

II. Функции, обеспечивающие социальное управление обществом. Радио, обладающее уникальными возможностями воздействия на население страны, вполне естественно используется весьма активно как инструмент социального управления обществом. Здесь важно отметить, что речь идет не только и не столько о регулировании общественного поведения сотен тысяч и миллионов граждан и, конечно, не только о возможности радио стимулировать тот или иной поступок людей (например, выйти или нет на демонстрацию или на субботник, заняться тем или иным видом благотворительных работ и т.д. и т.п.), – речь идет о воздействии на *глубинные* процессы развития общества, именно на те факторы, которые обеспечивают стабильное развитие всей существующей общественной и государственной системы в целом.

В работе по социальному управлению радиовещание имеет несколько функций.

Интегративная (консолидирующая, объединяющая) **функция.** Как известно, журналистика работает или на разрыв конкретного социального организма, или на его

преобразование, укрепление. Эти позиции осознанно или неосознанно отражаются в программах радиовещания. В идеале деятельность СМИ должна укреплять общество, семью, а значит, и государственный строй, поддерживать принятую в обществе систему ценностей и уровень культуры, воспитывать личность. Радио по природе своей обладает огромными интеграционными возможностями.

Уже сам факт регулярного и одновременного прослушивания программы разными людьми свидетельствует об их определенной общности, но вещатель должен сознательно работать на ее укрепление. Доминанта вещания – выявление общих для аудитории (общечеловеческих, общенациональных, общеевропейских, общегородских и т.п.) ценностей, обсуждение путей решения общих проблем и противодействие деструктивным, опасным для общества тенденциям.

Чем крупнее и разнообразнее сообщество, на которое направлено вещание, тем внимательнее должны составляться программы, чтобы ни одна часть аудитории не оказалась неохваченной. Помимо национальной и религиозной принадлежности обращают внимание на социальные (в том числе классовые), социально-психологические и возрастные различия людей. Радиоканалы должны стремиться удовлетворить, кроме того, потребность каждого отдельного слушателя идентифицировать себя как с мировым сообществом в целом, так и с определенной группой людей с их специфическими интересами.

Интегративная функция радио решается всеми разделами вещания (публицистика, искусство, спорт, развлечения). Она как бы накладывается на другие функции, частично совпадая с информационной, культурно-просветительской, организаторской, образовательной и другими функциями. Для журналиста, осознанно реализующего интегративную функцию радио, первейшим качеством можно назвать умение объединять в подходе к материалу потребности общества с заботами отдельного человека у радиодинамика.

Ушли в прошлое использовавшиеся ранее приемы консолидирования, сплочения отечественной аудитории путем противопоставления ее остальному миру: «мы» и «они», причем «нам» приписывались все мыслимые достоинства, а «им» оставлялись исключительно негативные качества.

Известны примеры, когда радио было единственным реально доступным СМИ и служило своего рода социальным и психологическим связующим звеном общества. В качестве положительных примеров можно привести попытки создания общих программ стран СНГ (радио «Маяк»), крупных регионов, подчас раздираемых жестокими внутренними противоречиями (например, общеэкологические радиопрограммы Северного Кавказа). В советское время автономные республики России выпускали совместный радиожурнал «Между Волгой и Уралом» (о жизни Татарии, Башкирии, Удмуртии, Чувашии, Марий Эл, Мордвы).

В передачах разной тематики, форм и жанров важнее всего сама идея интегративности.

Как дисфункциональные можно отметить следующие явления: размывание сложившейся системы ценностей; криминализация и «дебилизация» сознания; понижение уровня культуры и как следствие – дезинтреграция общества.

Функция выражения и формирования общественного мнения. Ее роль определена возрастанием значения общественного мнения в жизни общества и самой природой вещания, органически связанной с этим феноменом. Среди форм и механизмов проявления общественного мнения следует назвать выборы и референдумы. Во времена политических перемен редакции радиовещания не остаются в стороне от этих событий. А возможности радио в разъяснении смысла, целей и задач подобных акций велики.

Известно, что общественное мнение формируется тогда, когда общество хорошо информировано. Необходимо обеспечивать общество достаточным объемом информации, доступной и понятной массовому сознанию, представлять набор фактов, аргументов и

контраргументов. Важно отражать полный спектр, широкий диапазон реальных мнений, существующих в данный момент в обществе (аудитории). К сожалению, эта, казалось бы, очевидная задача очень часто не выполняется (или даже не ставится и не осознается) на практике.

Так, анализ значительного массива передач «Радио России» показал, что в них очень слабо представлены, а иногда и просто отсутствуют целые регионы, слои, значительные социально-демографические группы общества. Значит, и общественное мнение, отражаемое в таких передачах, неполное, усеченное, неадекватное реальному. Тем более это относится к группам, выделяемым по их политическим позициям и предпочтениям, многие из которых не получают доступа к эфиру.

Общественное мнение связано с дискуссионными ситуациями, коллизиями и проблемами. Нет необходимости доказывать, что уровень дискуссионности в нашем обществе за последнее время возрос многократно. Радио отражает эту ситуацию не только содержанием передач, но и выбором форм и жанров. Обсуждение социальных проблем в различных видах и формах занимает значительное место в программах радиостанций всех уровней. Тут и полемика, и дискуссии, и диспуты, и «круглые столы» с привлечением аудитории к прямому эфиру. В жизни постоянно происходит столкновение мнений, позиций, порой резких, непримиримых. Одно из правил СМИ в цивилизованном мире – переводить конфликты в план дискуссий, искать точки соприкосновения, общие интересы. Открытый диспут в эфире позволяет слушателям выяснить позиции, точки зрения из первоисточников, сравнить их, узнать сильные и слабые стороны. Возникает возможность взять ситуацию под своевременный общественный контроль, вывести ее из-за кулис. Кроме того, микрофон, профессиональная работа журналистов, присутствие огромной аудитории радиослушателей требуют от диспутантов соответствующего уровня обсуждения. Радио и другие СМИ выступают своего рода школой для политиков и аудитории.

В деятельности радио заметно повысилась роль социологии, изучающей общественное мнение. Результаты социологических исследований доводятся до сведения слушателей в виде комментариев, бесед и т.д. Ряд передач строится на выяснении мнения слушателей (с помощью писем, телефонных звонков) относительно отдельных проблем, музыкальных групп, исполнителей, песен. Нередким стало появление у микрофона социологов в качестве ведущих, участников дискуссий, комментаторов – часто в режиме прямого эфира с включением телефонного диалога с аудиторией.

Радиожурналисты освоили некоторые социологические методы, например панельное интервью, когда один и тот же вопрос задается людям (респондентам) на улицах, площадях, вокзалах (иногда с выходом в прямой эфир). Таким образом собираются пробы, образцы мнений по актуальным проблемам, которые дают представление об общественном настроении и являются ярким, эмоциональным элементом передач.

Среди дисфункциональных моментов прежде всего следует отметить манипулирование общественным мнением. Силы, которые прибегают к манипулированию, нередко добиваются успеха, но при этом проигрывает общество в целом и сами СМИ, теряя доверие аудитории.

К указанной функции формирования общественного мнения примыкает очень важная функция – **функция общения.** Возможность радиовещания осуществлять социальное речевое опосредованное общение всегда высоко оценивалась слушателями. В общем жизненном опыте человека все большее место занимает не личный опыт, а «опыт других», т.е. опосредованный, приобретенный, в частности из СМИ. Такой вид общения имеет свои положительные и отрицательные стороны, которые зависят от мировоззренческой и идеологической установок, вещательной политики редакций и профессионального мастерства журналистов. Функция общения приобретает особенно большое значение в период дезинтеграции общества.

Радио в какой-то мере поддерживает разорванные человеческие связи. В них нуждаются миллионы соотечественников, оказавшихся вдали от этнической родины, в странах так называемого «ближнего зарубежья». Многие из них находятся в условиях информационной блокады. Необходима тщательно продуманная вещательная политика на эту многомиллионную русскоязычную аудиторию.

Актуальна проблема общения и для старших возрастных групп аудитории. Разрыв общественных и межличностных связей наиболее остро переживается ветеранами, которым трудно адаптироваться к новым условиям жизни.

Многие люди по разным причинам оторваны от дома и семьи, и радио обязано учитывать эти слои аудитории, тем более что накоплен богатый опыт подобных передач (например, «Для тех, кто в море»). Не случайно, что одной из старейших рубрик радио была «Полевая почта "Юности"» – для военнослужащих. Меняются поколения, но всегда существует потребность их общения с домом, семьей. Постоянная рубрика «Концерты по заявкам» (музыка плюс общение в эфире знакомых, близких людей), к которой становятся сопричастными, сопереживающими сотни тысяч радиослушателей, способствует реализации функции общения.

Для современного радиовещания в его функции общения характерны две взаимосвязанные черты: усиление личностного начала и прямой эфир. Большинство программ радио первоначально ориентировано на конкретных ведущих (ведущий и автор обычно выступают в одном лице): «Авторский канал», «Панорама "Маяка"», «Молодежный канал». Сегодня радиослушатели нередко обращаются не в редакцию, а к конкретному человеку, которого привыкли слышать в эфире. Он как бы входит в круг их знакомых, в число тех, с кем им привычно общаться. Прямой эфир – один из способов реализации личности журналиста, способ прямого диалога со слушателем. Последний перестает быть абстрактным слушателем и обретает лицо конкретного человека. Общение происходит обычно по телефону, что, однако, доступно не всем слушателям. Об этом ограничителе прямого эфира не следует забывать и уж во всяком случае, не делать, как это иногда бывает, на основе нескольких звонков далеко идущих выводов. Известна и такая форма общения, как обмен мнениями, информацией, впечатлениями различных групп, разделенных огромными расстояниями. Ныне это называется «радиомостами», раньше – «радиоперекличками».

Радио имеет возможность формировать образцы общения выбором собеседников (выдающиеся личности, авторитетные специалисты), уровнем обсуждения проблем, манерой вести разговор, реагировать на собеседника, качеством звучащей речи. Но современный эфир изобилует и примерами иного порядка – дисфункциональными. Личность ведущего и установки редакции нередко не соответствуют требованиям грамотного, культурного эфирного диалога. Иногда журналисты перенимают тон, стиль, лексику общения люмпенизированных, а то и криминальных групп. Грешат этим многие ведущие молодежных музыкальных программ, особенно на коммерческих радиостанциях. Подобный стиль общения, к сожалению, переходит и в государственное вещание, и тогда возникает очередной «эффект бумеранга»: радио само дурно воспитывает аудиторию.

Воспитательная функция радио реализуется при осуществлении ряда других; воспитательную нагрузку в той или иной мере несут многие передачи, программы, рубрики. Это связано с природой самого воспитания – сложного, многостороннего процесса. В течение многих лет радио вносило свой вклад в воспитание личности, отвечающей потребностям определенного государственного строя, системе власти и идеологии. Существовала система ценностей, которая лежала в основе процесса воспитания. Резкий социальный слом поставил сложные проблемы перед воспитательным процессом в целом (и, очевидно, на продолжительный период). Появились передачи, объясняющие суть общечеловеческих ценностей, их происхождение, роль и место в современном мире. Во многих передачах на другие темы присутствует ссылка на этот нравственный комплекс,

апелляция к нему как к основной шкале оценки поступков и поведения людей. В идеале именно таким образом и осуществляется воспитательная функция.

Одним из самых важных направлений воспитания стало правовое (отечественное вещание имеет здесь значительные традиции: среди многих передач, затрагивающих вопросы воспитания, можно назвать «Человек и закон» – рубрику, существующую и на радио, и на телевидении). Многие передачи направлены на политическое, экологическое воспитание, на реализацию такой задачи, как воспитание законопослушного члена общества, гражданина. Встает новая для отечественного радиовещания проблема религиозного воспитания, в связи с чем появились специальные радиостанции и программы. Воспитательный посыл имеет большинство передач для детей, подростков, молодежи. Наконец, перед радио стоит задача огромной важности и актуальности: воспитание человека в духе просвещенного патриотизма, без которого не может быть крепкого государства.

Значительная степень дисфункциональности в воспитательной сфере связана, прежде всего, с противопоставлением различных систем ценностей. Чаще всего противопоставляют «западную ориентацию» мышления и наши отечественные нравственные идеалы. Делается это под предлогами демонстративно патриотическими, но на самом деле за этим кроется стремление к обычной пропагандистской и политической выгоде. Дисфункция в области воспитания аудитории проявляется также в рекламе и утверждении поведения, стиля жизни, нравственных коллизий, противоречащих общечеловеческим духовным и культурным ценностям, а нередко и интересам значительных групп населения (национальным, экономическим и др.).

Перечисление функций радиовещания, связанных с обеспечением социального управления обществом, целесообразно завершить рассмотрением **агитационно-пропагандистской и организаторской** функций. О них правомерно говорить, когда перед радиовещанием встают частные конкретные задачи политического, хозяйственного или культурного характера. Например, данные функции реализуются при обращении по радио к населению с призывом прийти к определенному пункту, чтобы выступить в защиту органов власти или конкретных объектов; при проведении специальных акций совместно с другими организациями и структурами («Возрождение Волги» на «Маяке»); при организации радиомарафонов с целью сбора средств для благотворительных целей; при регулировании автомобильных потоков в городе и т.д.

Принято считать, что пропаганда убеждает, агитация внушает и призывает. Методы разные, цели схожие: добиться определенного поведения, действия. Интересное определение агитации находим у В. Даля: «Народные или сословные смуты, подговоры. Наущенья и волнения. Тревога». Считается, что пропаганда апеллирует к разуму, агитация – к подсознанию («подкорке»). В этом смысле показателен слоган на волнах «Маяка» – песнопение «да-да-нет-да». Так диктовались ответы на вопросы Всероссийского референдума (то или иное сочетание двоичного кода, по сути дела, выражало определенное мнение и вело к важным политическим решениям). Не очень сведущий в политике избиратель должен был отметить в бюллетене комбинацию согласно эфирному сигналу, принятому «подкоркой». Агитационная функция стала главной в выборной президентской кампании в России 1996 года. Генеральный ее посыл был: «Голосуй или проиграешь»,

III. Культурно-просветительские функции. Решая многообразные культурно-просветительские задачи, радиовещание выполняет в комплексе сразу несколько функций. Рассмотрим наиболее важные из них.

Эстетическая функция. Можно выделить три аспекта ее существования в современном массовом вещании.

1. Прежде всего, это эстетика лучших образцов радиожурналистики (разумеется, в том случае, если они соответствуют высоким критериям и специфике радио как средства массовой информации и инструмента культуры). К ней относятся яркая образная речь, психологическая острота диалогов, выражающих различные точки зрения, многообразие

мышления, логику идей; четко выстроенная звуковая картина событий, позволяющая слушателю в своем воображении представить их в мельчайших деталях, и возникающий вследствие этого эффект присутствия; элегантность композиции всей передачи и ее отдельных фрагментов; убедительность «монтажных» переключений внимания аудитории, которые уже сами по себе способны вызывать своеобразный виток ассоциаций; логичное (не формальное, а продиктованное внутренней логикой рассказа) сочетание слова, музыки и шумов. С помощью данного арсенала средств и звукового образа события, явления или человека, радиожурналист может воссоздать у слушателя требуемое представление и вызвать чувственную оценку любого события: от самого грандиозного по масштабам до самого тонкого и на первый взгляд малозаметного.

Художественные и структурные возможности современного радиовещания бесконечно разнообразны. Своеобразие радио как вида творческой деятельности заключается в том, что, обладая достаточно скромным арсеналом выразительных средств (о чем подробнее речь пойдет в следующей главе), радиожурналист имеет в своем распоряжении практически неограниченное число сочетаний этих выразительных средств, позволяющих в конкретных чувственных формах воссоздавать у микрофона и в эфире бесконечные по сложности факты, события и обстоятельства общественного бытия и частной жизни человека.

В современном вещании равные по значимости места занимают и непосредственное вещание (его называют «живой эфир», «прямой эфир»), и фиксированное (передача, предварительно записанная на пленку или другой звуконоситель). Эстетика массового вещания развивается в соответствии с эволюцией этих двух направлений. В последующих главах, говоря о методике работы радиожурналиста, мы остановимся на этом подробнее.

2. Радио с момента своего рождения транслирует в эфире произведения разных видов искусств: музыки, театра, литературы. В практике вещания накоплен уникальный опыт аудиоадаптации художественных произведений разных жанров, видов и форм, позволяющей с тонкими подробностями доносить до слушателя идеи и художественные особенности первоисточника. В то же время радио научилось на основе литературных, музыкальных и театральных сочинений создавать аудиопроизведения, представляющие собой некую новую художественную реальность, имеющую самостоятельную духовную и эстетически-технологическую ценность.

Радио имеет опыт разных методов и форм адаптации литературных произведений. Так, скажем, роман М. Шолохова «Тихий Дон» впервые звучал в эфире в актерском исполнении вскоре после выхода из печати первого тома. Читали у микрофона отдельные отрывки, не меняя, разумеется, ни слова.

Спустя несколько лет, в конце 30-х годов, в эфире прозвучали «многосерийные» чтения «Тихого Дона» также в исполнении одного актера. Но теперь это была уже радиокомпозиция отдельных глав романа, текст которого был перекомпонован так, чтобы слушатель обратил внимание на наиболее эмоциональные и значительные ситуации.

Уже в 50-е годы в эфире прозвучала радиоверсия театрального спектакля по роману Шолохова, а затем в 1977 году – радиоспектакль, записанный в студии по специально сделанному сценарию: 54 серии «постановочного чтения» «Тихого Дона», где Михаилу Ульянову – единственному исполнителю этого грандиозного замысла – помогали фольклорный ансамбль Д. Покровского и музыка Д. Шостаковича.

Наконец, появилась и еще одна радиоверсия шолоховского произведения: разные актеры читали своеобразные композиции отдельных глав и фрагментов, причем в распоряжении каждого была одна из сюжетных линий, связанная с судьбой и поступками его персонажа – Григория Мелехова, Аксиньи и др.

Вполне естественно, что эстетические свойства всех этих радиопроизведений, базирующихся на одном и том же литературном тексте, не были схожи. Напротив, каждый из создателей (режиссер, актер, композитор) стремился с помощью текста романа выразить

свое мироощущение, свое представление о прекрасном и уродливом, о добре и зле, о справедливости и незаслуженных обидах, наконец, об исторической правде и социальной лжи.

Записи лучших театральных работ московских и периферийных театров в течение многих лет давали слушателям возможность не просто ознакомиться с наиболее интересными работами драматургов, режиссеров, актеров, но и проследить многообразие их творческих поисков, сложную и, как правило, плодотворную творческую историю отечественной драматической и музыкальной сцены. Вся художественная палитра российского театра была представлена в программах радио. Исключения из этого правила были связаны с цензурными запретами: так, существовало вето на передачу в эфир тех спектаклей и театров, которые партийная власть считала неблагонадежными.

Рубрика «Театр у микрофона», во многом определяющая «лицо» нашего радиоэфира, уже к 1935–1936 годам заняла прочное место в программах радио.

Для повышения качества таких программ к составлению «монтажей спектаклей» привлекались авторы пьес. Переработки своих драматургических сочинений для радио делали многие выдающиеся мастера этого жанра. Однако в списке имен радиоавторов нет М. Булгакова, И. Бабеля, В. Шкваркина, М. Зощенко, чьи пьесы занимали достойное место в столичном репертуаре. Из числа классиков на радио были исключены Ф.М. Достоевский, А.К. Толстой, Леонид Андреев, хотя на сцену в это время их произведения допускались практически без ограничений. Политизация вещания выражалась в усилении идеологической цензуры, во все увеличивающихся списках «нежелательных авторов» – начиная с декабря 1934 года эти списки появились на радио официально. Даже в 70-е и 80-е годы в распоряжении программных редакторов Гостелерадио была целая папка с рекомендательными списками по поводу «своих» и «чужих» (идейно полезных и идейно вредных) авторов, названий и даже исполнителей. Это дорого обошлось нашей культуре, и радиовещанию в частности. Не был записан на пленку ни один из театральных шедевров В.Э. Мейерхольда, А.Я. Таирова, С.М. Михоэлса, нет записей «раннего» Г.А. Товстоногова, возглавлявшего в 60-е годы один из самых интересных театров России – Ленинградский Большой драматический, не существует на пленке ни лучших работ молодого «Современника», ни первых спектаклей Ю.П. Любимова в Театре на Таганке. Многое отсутствует в фондах нашего радио, в музейных, театральных и звуковых архивах из-за объяснимой условиями в СССР трусости редакторов радио, из-за их покорного следования идеологическим догмам.

«Золотой» фонд музыкального вещания насчитывает сотни тысяч фонограмм, которые, попадая в умелые руки при подготовке самых разных художественно-просветительских программ, оказывают большое влияние на формирование эстетических взглядов и вкусов всех слоев аудитории.

Не секрет, что популярность любого эстрадного актера в 80-е и 90-е годы зависела прежде всего от количества его выступлений по радио и телевидению. Концерты в эфире пробуждали тот общественный интерес к исполнителю, от которого напрямую зависела продажа его дисков и кассет, наполняемость зрительных залов. Радио всегда влияло и будет влиять на эстетическое развитие населения и, более того, – определенным образом управлять этим процессом.

3. Свои оригинальные образцы аудиокультуры радио вырабатывало в течение многих десятилетий и достигло в этом больших успехов. Практически нет ни одного вида или жанра литературы, театра, музыкального театра, который не имел бы интересного аналога в искусстве незримой радиосцены. Радиопоэмы и оратории, фельетоны и очерки, оригинальные радиопьесы всех жанровых направлений, трагедии, психологические драмы, комедии, фарсы, радиоцирк и радиооперетта и даже радиобалет как жанр с весьма определенными эстетическими критериями с большим трудом, но утвердились в эфире. К этому вполне естественно прибавить «устные радиомемуары» и «звуковые книги».

Таким образом, радио в многолетней и многообразной практике своего существования доказало, что оно не просто ретранслятор различных видов творчества, но самостоятельная и равноправная с другими область культуры. К сожалению, иногда об этом забывают и сами работники радио: понижается требовательность к основополагающим характеристикам радиопроизведений (обеднение устной речи, проникновение ненормативной лексики, иностранных слов и выражений, специальных терминов, большей частью непонятных массовой аудитории). Однако все эти негативные явления имеют преходящий характер, ибо зависят от социально-экономических условий работы радио.

Отечественное радиовещание всегда выступало как эффективное средство получения знаний и приобщения к достижениям мировой культуры широких слоев общественности. **Функция просвещения** была особенно важна для страны с огромной территорией, слабыми коммуникациями и первоначально низким образовательным уровнем населения. Сегодня функция просвещения, конечно, видоизменилась, обрела новую конкретику, но познавательные потребности и интересы аудитории, которым и призвано отвечать радиовещание, будут существовать всегда.

Функция развлечения (рекреативная функция) естественна для радио, так как оно не может не откликаться на стремление человека к отдыху, разнообразным интеллектуальным играм и развлечениям, которые должны заполнить время, свободное от работы или учебы. Большинство развлекательных, или рекреативных, радиопрограмм находится, как правило, за пределами журналистики. Тем не менее, документальная радиодрама, познавательные радиооткрытки и подобные им передачи, граничащие с публицистикой, несут в себе заряд не только познавательный, но и чисто развлекательный. Не случайно на заре отечественного вещания среди других предназначений в нем видели и «средство для культурного развлечения трудовых масс», а потому в структуру радиогазет непременно включались веселые викторины, частушки, различные музыкальные номера, лишенные жесткой идейно-пропагандистской направленности.

Сегодня многие коммерческие станции привлекают слушателей именно развлекательными программами. Сформировав таким образом свою постоянную аудиторию, можно увереннее вводить в сетку вещания информационные и рекламные выпуски. Но развлекательность (она же привлекательность) должна в принципе присутствовать в большинстве передач – вопрос в художественном уровне, во вкусе и такте при подборе художественного материала. Развлекательным целям более всего отвечают музыкальные подборки, не требующие от слушателя ни сосредоточенного внимания, ни глубокого сопереживания. Обычно это фоновая музыка, создающая определенное настроение.

Другая группа развлекательных передач связана с игровыми формами: конкурсами, соревнованиями, викторинами, выиграв которые слушатель может получить, как правило, не только эмоциональное удовлетворение, но и материальный приз. Причем чем крупнее станция, тем выше стоимость этого приза, вплоть до автомобиля, дорогой туристической поездки, бесплатной путевки в модный респектабельный круиз и т.п.

Подборки занимательных фактов, веселых исторических анекдотов составляют еще одну группу развлекательно-познавательных передач, постоянно существующую в эфире многих станций.

К чисто развлекательной продукции радио относятся трансляции и записи различных конкурсов и концертов. В принципе адаптация такого концерта к передаче в эфир считается редакторской работой, но журналист, ведущий конкретную передачу, становится ее полноправным участником, если входит в нее на правах интервьюера «звезд», участвующих в передаче, или на правах комментатора их рассказов.

Как известно, юмор – обязательное свойство ведущего развлекательных программ. К сожалению, стремление быть абсолютно раскованным в эфире очень часто приводит к нежелательному, негативному результату: свобода выражений граничит с грубостью, свобода интонаций превращается в хамство, а желание элегантно пошутить – в

малограмотную бестактность по отношению или к объекту шутки, или к самой аудитории. Здесь главное – культурный уровень личности работника эфира.

Слово «рекреация» происходит от лат. *recreatio* (букв, «восстановление») и означает «отдых, восстановление сил человека, израсходованных во время работы». Отдых для каждого человека – вещь сугубо индивидуальная, требующая бесконечного разнообразия форм, способов, методов, условий и обстоятельств. Столь же разнообразными должны быть и развлекательные программы, если их авторы и участники хотят привлечь как можно больше слушателей.

Эстетическая основа радиовещания

Радиовещание осуществляется в звуке и только в звуке. *Акус-тичность* радио наряду со способом доставки его сообщений составляет сердцевину специфики этого средства массовой коммуникации. Здесь заложены и большие возможности, и некоторые ограничения радиовещания.

Говоря о содержании термина «радиоязык», неверно отождествлять его с одной из составляющих – только со словом. Значение этого термина значительно шире, оно охватывает сложную структуру звуковых элементов, формирующих содержание и структуру любого радиосообщения, т.е. включает в себя как равноправные речь, музыку и шумы.

В теории массовой коммуникации существует и другая концепция. Ряд ученых определяют речь как человеческий артикулированный язык, музыку – как непосредственный язык чувств и шумы – как неартикулированный язык вещей, механизмов и живой природы. В профессиональной радиотерминологии есть термин «звуковое включение», он охватывает все звучания, транслируемые не из студии, а записанные на пленку или непосредственно передаваемые с места события.

Человек живет в мире звуков и зрительных образов, и на первых порах своего существования массовая коммуникация востребовала лишь малую долю возможностей его аппарата восприятия.

Известно, что самую большую часть информации люди получают при помощи зрения, путем прямого наблюдения окружающей действительности; почти две трети времени своего бодрствования они проводят в речевом общении, причем в три раза больше говорят и слушают, чем читают и пишут. Поэтому возникновение аудиовизуальных массовых средств – радиовещания, а позже и телевидения – распахнуло аудитории дверь в полифонию и многоцветие звучащего и видимого мира, прорвавшегося сквозь абстракцию письменного и печатного описания, открыло человеку возможность более естественных способов получения информации. Следует отметить, что появление электронных каналов кроме известных научно-технических и социальных предпосылок было вызвано также и психологическими потребностями общества.

«Наше привычное жизненное окружение наполнено звуками, – отмечал теоретик кино Зигфрид Кракауэр. – Хотя мы способны длительное время не замечать их, наши глаза не воспринимают ни одного предмета без того, чтобы в этом процессе не участвовало ухо. Наше представление о повседневной действительности создается из непрерывного смешения зрительных и звуковых впечатлений. Полной тишины практически не существует. Глухая ночь наполнена тысячами шумов, но, даже не будь их, мы все равно слышали бы шум своего дыхания. Жизнь неотделима от звука. Поэтому выключение звука превращает мир в преддверие ада – таким он кажется людям, пораженным внезапной глухотой. По описанию одного из них, "ощутимая реальность жизни вдруг исчезла"».

Звук, звуковое общение обладают богатейшими возможностями воздействия на рациональную и эмоциональную сферы человеческого сознания. Ораторы, поэты,

музыканты, педагоги, психологи с давних времен и до наших дней анализировали механизмы звукового воздействия на слушателей, пытаясь разобраться в них. Мастера красноречия древности разрабатывали риторику, церковники Средних веков создавали свою гомилетику – свод правил об эффективном проповедничестве, лингвисты занимались ортологией и орфоэпией – науками о правильной и благозвучной речи. Писатели, творцы печатных, казалось бы, «немых» произведений тоже не могли не учитывать закономерностей звучания. И.А. Бунин говорил, что, начиная писать о чем бы то ни было, он должен был «найти звук»: «Как скоро я его нашел, все остальное дается само собой». Что это значило для него? Видимо, найти «строй», темпо-ритм, основное звучание, соразмерность частей произведения, ибо проза так же обладает внутренней мелодией, как стихи и музыка, и ее восприятие тоже подчинено законам звуковой гармонии.

Психологи и лингвисты отмечают, что все слова при «немом» чтении проговариваются внутренним голосовым аппаратом человека, как бы обрастая звуковой плотью. Но процесс «немого» чтения при всех его преимуществах – возможности читателя выбрать удобный для себя темп восприятия, сделать паузу для осмысления, вернуться к прочитанному и т.д. – не обладает доступным устному изложению феноменом, который в общении решает если не все, то очень многое возможностью передать *интонацию* творца, автора, которая несет не меньше смысловой нагрузки, чем сам текст.

Ираклий Андроников точно заметил: «В устной речи то, *как* человек сказал, превращается в то, *что* он сказал». Этот мастер устного рассказа, прозорливо увидевший новые перспективы, открываемые перед литературой аудиовизуальными массовыми средствами – радиовещанием и телевидением, писал о назревшей потребности появления «звуковых книг»: «Я верю, что скоро рассказывание станет для многих привычным жанром. И писатели будут выпускать "говорящую литературу"».

Голос – тончайший инструмент межличностного общения. Вот почему в звучащей речи слово несет в себе неизменно больше эмоциональной и семантической информации (впрочем, эти две стороны сообщения испытывают непрерывное взаимовлияние), чем в речи письменной: ведь звучание позволяет словесным образам воплощать и передавать чувства, переживания и настроения непосредственно, интонационно, подобно тому, как это делает музыка.

Звуковые сообщения способны производить в человеческой психике, подсознании и сознании потаенные, скрытые, внутренние эффекты, механизм которых еще не до конца познан наукой. Они активизируют сферу воображения. Эвфония (звукопись), которая широко использовалась, к примеру, в поэзии символистов, создавала впечатление окрашенности поэтического текста. Известно явление синестезии (соощущения), когда в акустическом восприятии активизируется зрительный ряд, возникает «цветной слух», переживаются цветовые ассоциации (здесь можно вспомнить искания русского композитора Скрябина), причем такие ощущения способны вызываться не только музыкальными произведениями, но и вербальными сообщениями. Чрезвычайно важны и активно изучаются в наше время средства, сопровождающие речь, но не относящиеся к языку, которыми занимается паралингвистика: это мелодика, паузы, звуки-«заполнители», речевые жесты и др.

Неисчерпаемость проблемы звукового воздействия продемонстрировали экзотические открытия последних лет: в США и Японии были выпущены музыкальные магнитофонные кассеты с параллельно записанным низкочастотно звучащим текстом, неуловимым для слуха, но воспринимаемым на подсознательном уровне. В Америке принудительное внушение с помощью периодически повторяемого библейского призыва «Не воруй!» осуществлялось в крупных супермаркетах, в результате чего число краж в магазинах сократилось, по сообщениям печати, на 40%. В Японии неслышный голос убеждает людей соблюдать диету, учит быстро читать и дает знания иностранных языков во сне, преподает

навыки преодоления стресса и т.д. Такие кассеты пришли на рынок, потому что внушением по собственному желанию заинтересовался потребитель.

Современный человек существует в мире звуков, порожденных жизнью. Электронные массовые коммуникации выхватывают их из ее бурного потока и превращают в некие акустические символы-сигналы, сочетания и комбинации которых благодаря новому уровню тренированности сознания пробуждают у человека обширные пласты представлений и ассоциаций, активизируют глубокие сферы освоения им смыслов и эмоциональных переживаний без участия слова. Радиовещанию в этом процессе принадлежит одна из главных ролей.

Технологические и экономические основы радиовещания

Возникновение отдельных средств массовой коммуникации и образование их системы происходило в историческом процессе взаимовлияния двух факторов: социального как следствия расширения и усложнения информационных потребностей общества и научно-технического как следствия освоения новых способов передачи информации и контакта с массовой аудиторией. (Так, кинематограф не мог бы возникнуть ранее конца XIX века: для него не было аудитории, не было скопления людей в городах вследствие недостаточного развития промышленности.) Последний фактор – способ передачи сообщения, природа СМК – имеет важное значение для рассмотрения специфики каждого из средств массовой коммуникации, их возможностей и места в системе.

Технические средства радио – передатчик, вспомогательное студийное оборудование, физическая среда (эфир, провода), приемник. Способ осуществления контакта со слушателем – преобразование микрофоном звуковых сигналов в электромагнитные колебания с выходом их в эфир или в проводную сеть с последующим обратным раскодированием в приемнике получателя. Передача радиостанцией и прием сообщения аудиторией радио *симулътанны,* т.е. одномоментны.

Фиксированности сообщения на радио для слушателя не существует (если не считать возможности аудиозаписи), и это во многом определяет специфику радиовещания и радиожурналистики. Передача предназначена, как правило, для однократного восприятия в момент прохождения в эфире, что коренным образом меняет процесс и условия восприятия аудиторией радиосообщения по сравнению с печатным текстом, определяет структуру и способы такого сообщения.

Доставка аудиоматериала адресату заложена уже в самой технической природе радио: от коммуникатора напрямую без посредника в любую точку пространства и в любой момент времени обладателю радиоприемника, что обеспечивает радиовещанию самую высокую в системе СМК оперативность сообщений и способность охвата массовой аудитории.

Надежность доставки (на радио имеет хождение профессиональный термин *«покрытие территории»)* определяется мощностью передатчика, высотой и расположением передающей антенны, наличием наземных или космических ретрансляторов, частотными характеристиками вещания. Последний фактор особенно важен потому, что в диапазонах длинных, средних, коротких и ультракоротких волн несущий сигнал распространяется по-разному.

С надежностью доставки связано употребляющееся в мировой практике выражение *устойчивое вещание.* По принятым стандартам такое вещание осуществляется, как правило, в масштабах общегосударственных каналов радиостанциями большой мощности в средне- и длинноволновом диапазонах. Эти диапазоны обеспечивают распространение радиоволн, способных огибать кривизну земной поверхности и распространяться на значительные

расстояния, покрывая большие территории. В комплексе с наземными и космическими ретрансляторами именно в этих диапазонах работают основные радиоканалы. Их программы для улучшения качества приема и повышения проникающей способности часто дублируются в ряде мест в диапазоне УКВ-FM (там, где имеются такие передатчики).

В ультракоротковолновом FM-диапазоне радиосигнал принимается в пределах прямой видимости антенны радиопередатчика (подобно телевизионному сигналу), и потому УКВ-станции и станции FM-диапазона обеспечивают преимущественно местное вещание. Соединенные ретрансляторами, они могут образовывать общенациональные и региональные сети. Достоинства таких станций – высокая помехозащищенность сигнала и хорошее звуковое качество передач, в том числе и стереофонических, недоступное для более «дальнобойных» СВ, ДВ и КВ.

Исторически сложилось так, что диапазон УКВ-вещания оказался как бы поделенным: российская отечественная приемопередающая аппаратура работала в одной части этого диапазона – нижней, а западноевропейская – в другой, верхней части. Так называемое «FM-вещание» (от англ. *frequence modulation* «частотная модуляция»), получившее в России широкое распространение в 90-е годы, как раз и относится к западноевропейскому стандарту и означает расширение привычного для нас диапазона УКВ, приобретающего сейчас особое значение.

На частотах УКВ начали вещать первые российские коммерческие радиостанции «Европа Плюс», «М-радио» и некоторые другие. Новые станции, появившиеся в 90-е годы, используют стандарт FM-диапазона. В связи с этим происходит замена российского парка радиоаппаратуры на импортную и модернизированную отечественную, способную работать во всем объеме УКВ-FM-диапазона.

Наименее удобен для целей массового вещания коротковолновый диапазон. Правда, коротковолновый радиопередатчик даже сравнительно небольшой мощности способен передать сообщение на расстояние в десятки тысяч километров, так как его волна распространяется скачкообразно, попеременно отражаясь от располагающейся на большой высоте ионосферы и от поверхности земли, но такое вещание неустойчиво, поскольку качество приема зависит от многих труднопредсказуемых факторов: состояния ионосферы, солнечной активности. Иногда образуются «глухие» зоны, где прием оказывается невозможным. Высокий уровень помех ведет к периодическому затуханию сигнала. Кроме того, может мешать так называемый *«фединг»* – смещение, «плавание» сигнала по частоте на шкале радиоприемника во время передачи. Поэтому радиопередачи на коротких волнах можно отнести, скорее, к области радиосвязи или так называемого «специального вещания» на локальную аудиторию, а также любительского сверхдальнего. В годы существования «железного занавеса» короткие волны были единственной возможностью для слушателя в СССР принимать зарубежные радиопередачи.

Основной принцип вещателя, как и коммуникатора любого другого массового канала, – минимизация усилий аудитории на доступ к информации. С точки зрения технического обеспечения доставки сообщений для радиовещания это означает, что в любом месте расчетной «покрываемой» зоны сигнал станции должен быть мощным и устойчивым, чтобы мог без помех приниматься на любой бытовой приемник и обеспечивать аудитории комфортное прослушивание передач.

В нашей стране в течение нескольких десятилетий активно развивалось проводное вещание, т.е. защищенный от внешних помех способ доставки радиопрограмм массовой аудитории по трансляционной проводной сети. Этот способ вещания в таких больших масштабах не использовался нигде в мире, кроме СССР. Широкое развитие в нашей стране ему обеспечили прежде всего идеологические и политические соображения коммунистического руководства: создать надежное средство централизованной оперативной информации и пропаганды с учетом дешевизны простых приемных устройств – репродукторов в условиях относительно невысокого уровня жизни населения, ограничить свободу выбора слушателями источников сообщений и в особенности исключить источники

зарубежные. Немаловажным фактором, способствовавшим развитию проводного вещания, была также возможность использовать проводную радиосеть для целей гражданской обороны в экстремальных ситуациях, что и было масштабно реализовано во время войны против фашистской Германии.

Затраты на техническое функционирование канала и производство программ (не случайно перечисление дано именно в такой последовательности) составляют основные статьи расходов и оплачиваются вещателем.

Особенность доставки радиосообщения состоит в том, что оно не может быть «продано» конечному потребителю-слушателю как специфический товар, например, как номер газеты или журнала, за исключением случаев с «подписными» кабельными радиоканалами. Затраты станции на доставку передач (профессиональный термин *«распространение сигнала»)* и их производство в современных условиях очень велики. Вероятно, эти затраты невозможно покрывать взиманием абонентной платы с аудитории. Дело в том, что очень сложно определить понятие «объем пользования», в которое входят время прослушивания тех или иных радиостанций, ориентация на них населения, количество средств приема – радиоприемников, находящихся в распоряжении отдельного слушателя или семьи (как правило, их больше одного: домашние транзисторы, приемники в автомобилях, приемники, встроенные в музыкальные центры, магнитолы, будильники, плейеры и т.д.). Влияет также на эту ситуацию и то обстоятельство, что для радио в отличие от телевидения не требуется специального, сложного технического сооружения у пользователя – большой приемной антенны, т.е. отсутствует звено, в котором пользование сигналом может быть уловлено и проконтролировано.

Теоретически возможно, и такое положение существовало в СССР после отмены абонентской платы, взимать дополнительную сумму, включенную в цену радиоприемников, в качестве разовой формы оплаты работы радиовещания населением. Собранные таким образом средства в виде отчислений могут быть направлены на нужды радиовещания. Однако при этом возникают вопросы, на которые в нынешних условиях нет ясного ответа: на нужды какого именно радиовещания и в каких пропорциях? При наличии в эфире большого количества финансово самостоятельных станций и разной степени их популярности у аудитории в решении этой проблемы, вероятно, не помогут никакие рейтинги. Разве что отдавать все деньги «бедному» государственному или общественному радио.

Приходится считаться как с данностью, что переданное в эфир радиосообщение представляется как бы неоплачиваемым аудиторией всеобщим достоянием. Экономика радиовещания строится на несколько иных основаниях, чем экономика печати, где определенная часть затрат покрывается рекламой, подпиской и розничной продажей.

Основными источниками средств для государственных каналов радио являются бюджетные ассигнования, доходы от рекламы и некоторых форм деятельности – таких, к примеру, как коммерческое использование своих звуковых программных фондов, подготовка заказных передач и т.д. Коммерческие радиостанции существуют на доходы от продажи вещательного времени, рекламы – одной из разновидностей такой продажи, на спонсорские субсидии и за счет попутного маркетинга (печатные, звуковые издания и др.). Но бесплатность радио для аудитории только кажущаяся. В итоге каждый член общества, каждый радиослушатель финансирует и государственные, и коммерческие каналы: впрямую – за счет поступающих в бюджет государства налогов; косвенно – через надбавки к ценам на товары и услуги, компенсирующие рекламодателям затраты на их радиорекламу.

Радиовещание и аудитория: особенности контакта

Среди всех каналов массовой коммуникации радиовещание обладает самой высокой *проникающей способностью.* По масштабу охвата населения и значимости в жизни людей с ним трудно конкурировать не только газетам, но и родственному электронному средству – телевидению. Радиовещание остается надежным спутником человека, естественной средой его повседневного существования даже в условиях, затрудняющих или исключающих контакт с миром с помощью других способов общения.

Способность радиовещания включать в сферу своего действия огромные массы людей, возникшее с его появлением качественно новое освоение пространственных, аудиторных возможностей связаны с рядом факторов физического и психологического характера, присущих природе радио:

– во-первых, это свойство электромагнитных колебаний (волн), несущих сообщение, проникать в любую покрываемую передатчиком точку пространства, т.е. то, что можно назвать *вездесущностью* радиовещания;

– во-вторых, компактность и мобильность на современном уровне электроники приемных устройств, которые, обеспечивая стабильное и достаточно высокое качество приема, могут сопровождать человека в любых условиях его жизнедеятельности практически круглосуточно.

Характер контакта радиовещания и аудитории не был всегда одинаков, он исторически менялся. В нашей стране прослушивание радио первоначально происходило в *коллективной* форме – в избах-читальнях, клубах, на улицах и площадях. Оставшееся в наследство от тех времен слово «громкоговоритель» не случайное. Радио, действительно, было «вещанием» – громким, трибунным, площадным. В истории западных стран радио такого типа не существовало, там оно с самого начала адресовалось в дома населения, было *семейным,* каковым стало и у нас на рубеже 40–50-х годов. Сейчас понятие «семейного СМК» более справедливо для телевидения, но уже не полностью отвечает ситуации в области радиовещания. Сегодня радиоприемник стал мобильным и компактным. Появление и количественный рост приемников (а иные из них теперь размером со спичечный коробок с миниатюрными наушниками), все более становящихся повседневной принадлежностью, поставило радиовещание перед перспективой ориентации на отдельного, *индивидуального* пользователя.

Изменение характера *обращенности* к аудитории повлекло изменение стилистики вещания и уточнение содержания радиопередач: с одним собеседником, разумеется, нельзя общаться так, как с людьми на многотысячном собрании.

Радиовещание сегодня адресует свои передачи многочисленной аудитории, которую можно разделить на две категории. Первая – это *потенциальная аудитория.* Она включает всех слушателей, которые находятся в зоне «охвата» станции и имеют возможность принимать ее программы. Вторая – *реальная аудитория.* Это та часть слушателей, которые ориентированы на данную станцию, постоянно настраивают свои приемники на ее волну и считают станцию «своей». С появлением каждой новой радиостанции у нее сначала возникает потенциальная аудитория, что обусловлено чисто техническими причинами; но в качестве главной задачи в этот же период выдвигается борьба и за реальную аудиторию. И здесь на первом плане оказываются факторы уже не технического, а творческого порядка, от которых зависит привлечение к станции общественного интереса, создание и постоянное расширение ее устойчивого круга слушателей. Размеры реальной аудитории определяют значение, вес, авторитет радиостанции – ее социологический рейтинг, существенный в политическом и коммерческом отношениях.

Каковы же основные особенности контакта радиожурналиста и аудитории, обеспечивающие успех станции?

1. Аудитория радио рассредоточена в пространстве. Адресованная множеству людей, сотням тысяч, а иногда и миллионам, радиопередача воспринимается слушателем

индивидуально или в малой группе из двух-трех человек. Поэтому журналистский разговор со всеми становится одновременно разговором с каждым в отдельности. Преодоление этого объективного противоречия между массовой направленностью и индивидуальностью приема радиопередачи является одним из важных критериев профессионализма радиожурналиста и требует, с одной стороны, умения говорить на языке потребностей и мотивов поведения всей аудитории, выбирать темы и содержание, актуальные для нее, а с другой – особого стиля общения: не пафосно-декламационного, не официально-делового, не панибратски-амикошонского, как это иногда бывает, а доверительно-межличностного, уважительного по отношению к собеседнику – слушателю.

2. Аудитория радио не просто рассредоточена в пространстве, она рассредоточена психологически. Настраивающие приемник оказываются в поле действия передачи чаще всего без сложившейся предварительной установки на восприятие в той степени, какая бывает у телезрителей, начинающих смотреть выбранную передачу после ознакомления с программой. Если публично выступающий оратор имеет дело с аудиторией, представляющей собой некое психологическое единство в связи с причиной, побудившей ее собраться вместе, то положение «входящего в дом» радиожурналиста сложнее: в своем сообщении ему предстоит каждый раз создавать и вызывать мотив заинтересованности у своих слушателей, чтобы привлечь и удержать их внимание.

3. В радиоаудитории слабо или не всегда работает фактор обратной связи, как это имеет место, например, в театре, на концерте или во время публичного выступления, где иногда с помощью умелого воздействия на часть слушателей можно активизировать и «захватить» сразу всю аудиторию. Слово радиожурналиста должно дойти до каждого в отдельности, кто находится у радиоприемника, и эффективность его работы будет измеряться суммой индивидуальных впечатлений слушателей.

Существенное значение для выбора приемов установления и поддержания контакта с аудиторией имеет *программный тип* радиостанции *(формат* станции), в котором определены расчетная аудитория, предметная область, стилистика вещания, направленность и тематический характер программ. К примеру, очень широкий программный тип «Радио-1» или «Радио России», который можно обозначить как «радио для всех и обо всем», предполагает в качестве слушателей практически все население страны. Несколько другая, более узкая направленность у «Маяка» – «информационно-музыкальная программа для взрослой аудитории», у «Молодежного канала» – «передачи широкого профиля для молодежи», московская станция «Авторадио» в соответствии со своим названием ведет передачи для слушателей-автомобилистов.

Восприятие радиопередачи – динамичный процесс, находящийся под влиянием многих психологических факторов. Слушание радио для аудитории, как правило, не только не единственное, но чаще всего второстепенное занятие (это природное ограничение радио – одновременно и его достоинство), и «слушать» не обязательно означает «слышать».

Обычно выделяют следующие типы слушания радио.

Поисковое – когда слушатель, вращая ручку или нажимая кнопки настройки приемника, проводит ориентацию в эфире, ищет, на чем остановить свой выбор. Это этап подготовки к слушанию. Дальнейшее развитие событий зависит от того, предложит ли ему радио нечто отвечающее в данный момент его духовной потребности и эмоциональному состоянию. Слушатель не останется на волне данной станции, если передача раздражает его или не соответствует настроению.

В зависимости от полноты удовлетворения интереса активизируются различные механизмы внимания человека, возникают другие типы слушания.

Фоновое – когда радиопередача является элементом окружающей обстановки, находится на периферии восприятия и затрагивает лишь частично или не затрагивает вовсе сферу сознания слушателя. Его внимание находится в «дремлющем режиме» и одновременно в готовности активизироваться под действием нового, сильного речевого или музыкального стимула, изменения темы или формы материала. Исследователями

психологии массовых информационных процессов подмечено, в частности, что внимание радиоаудитории автоматически обостряется на несколько секунд после окончания предыдущего сообщения и в начале следующего, т.е. на время, необходимое для решения: принимать или отбраковать его.

Выборочное, или селективное, – когда воспринимаются лишь части, фрагменты программы или сообщения, которые сознание слушателя выделяет и фиксирует как центры интереса. Промежутки между ними превращаются в пустотные с точки зрения нового восприятия временные интервалы, используемые сознанием для осмысления значения информации, выхваченной из непрерывно передаваемого потока.

Сосредоточенное – когда с установкой на полное понимание и запоминание слушается все сообщение или группа сообщений. Даже при наличии серьезных мотивов, специального интереса сосредоточенное слушание требует определенных затрат психической энергии и, что существенно, отстранения от других дел и потому является, скорее, исключением, чем правилом, в общении аудитории с радио.

Названные типы слушания не всегда можно вычленить в чистом виде. Чаще всего люди слушают радио в фоновом и выборочном режимах. Однако все перечисленные способы контакта аудитории с радиостанцией непрерывно взаимно переплетаются, переходя один в другой. Под влиянием обстоятельств одну и ту же передачу различные люди слушают по-разному.

В приведенных характеристиках типов общения радио и аудитории постоянно используется слово «внимание». Без этого понятия невозможно обойтись, когда речь заходит о последнем звене коммуникационной цепи, которое обозначается как «получатель сообщения».

Редакционные разговоры о том, каким образом «привлечь, захватить и удержать внимание» слушателей, – предмет бесконечных раздумий, удач и ошибок, творческих поисков, которые сопровождают радиожурналиста всю его профессиональную жизнь. Действительно, от умения мобилизовать и оптимально использовать внимание – этот феномен человеческой психики, организующий весь процесс освоения сообщений (восприятие, понимание, осмысление, запоминание или отторжение) – во многом зависит эффективность работы радио.

В условиях огромного потока информации, получаемой из внешнего мира, человеческое сознание во избежание перегрузки вынуждено прибегать к избирательному восприятию. Принцип экономии мышления заставляет целесообразно направлять психическую активность, или, что то же самое, сосредоточивать внимание на сведениях, субъективно значимых в данный момент для получателя, и опускать, не воспринимать то, что не представляет ценности. Поэтому путь к сознанию аудитории для радиожурналиста начинается с абсолютно необходимого условия – понимания, чем и как привлечь ее внимание.

Основное условие здесь – правильное определение своей аудиторной ниши, формирование категории слушателей с ориентацией на данную станцию.

Работа радиожурналиста над материалом для эфира связана с учетом возможностей человеческой памяти.

Запоминание – способность сознания закреплять, удерживать в течение какого-то отрезка времени фрагменты информации. Это своеобразный аккумулятор жизненного опыта человека. Однако следует учитывать, что он имеет определенную, отнюдь не беспредельную емкость – физиология и здесь ставит свои границы в виде некоторых предохранителей от перегрузки.

Существует несколько видов памяти: *оперативная* – сохраняющая некую сумму фактов, единиц информации в пределах лишь одного коммуникационного акта (например, чтобы понять смысл единичного сообщения в информационном радиовыпуске); *кратковременная* – фиксирующая информацию на время, пока она актуальна для данной жизненной ситуации; *долговременная* – входящая в базовую сферу сознания личности, где

закреплены убеждения, установки отношения к действительности, критерии жизненных ценностей, стереотипы и т.д.

Хотя коммуникационный эффект журналистская практика связывает с закреплением материала именно в долговременной памяти, понятно, что из всего огромного массива поступающей каждый день информации в ней оседает лишь ее незначительная часть. Этот вид памяти загружается методом постепенного, длительного накопления. В повседневной же работе радиожурналисту приходится ориентироваться на оперативную память. Этот фактор, это умение – один из критериев профессионализма в установлении надежного контакта с аудиторией. Темп подачи информации в зависимости от ее сложности, приемы разъяснения и повторов, используемая лексика, звуковое качество материала – все эти параметры передачи должны обеспечить ее *удобослушаемость,* т.е. соответствовать психофизическим возможностям аудитории.

Журналистская практика показала, что человек плохо воспринимает такие трудно уловимые на слух детали, как цифры, имена, названия, термины, если они не используются предельно экономно и не разъясняются. Так, услышанное в новостях сенсационное заявление какого-нибудь видного деятеля будет сведено к нулю, если вниманием не зафиксировано, кто именно это заявление сделал. Во избежание этого при компоновке новости на радио применяют прием предварительной активизации интереса слушателя: сначала излагается ключевой момент заявления, потом следует имя его автора, а затем развитие темы с повторным упоминанием имени, если сообщение носит пространный характер.

ГЛАВА 3

ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА РАДИОЖУРНАЛИСТИКИ

Эффективность радиопередачи, мера ее воздействия на аудиторию находятся в прямой зависимости от точности и мастерства в выборе комплекса выразительных средств, накопленных в арсенале радиожурналистики. Успех человека у микрофона зависит не только от того, как логично, умно и аналитично он рассказывает о событии или об окружающем мире, но в равной степени и от того, насколько эмоциональным будет его эфирное повествование, в какой степени затронет он и разум, и чувства слушателя. Это касается всех видов журналистики – и прессы, и электронных СМИ, но для радиовещания является *непременным условием* его существования. В силу самой своей природы радио тяготеет к *образному* общению со слушателем, ибо, как мы уже говорили, звуком побуждает активную деятельность человеческого воображения.

В связи с этим вполне естественно возникает вопрос о самом понятии «звуковой образ». Опираясь на многолетнюю и разностороннюю практику вещания, можно сформулировать такое его определение: **звуковой образ – это совокупность звуковых элементов (речи, музыки и шумов), создающих у слушателя посредством ассоциаций представление (в обобщенном виде) о материальном объекте, жизненном событии, характере человека.**

Итак, совокупность элементов, равно значимых, равно важных. Поиск оптимального их сочетания в каждом конкретном случае и составляет суть творчества радиожурналиста, стремящегося достичь наиболее доходчивой и выразительной формы для передачи своих мыслей и жизненных наблюдений. Собственно говоря, здесь как раз и обретает он индивидуальность, вырабатывает неповторимый или, напротив, стандартный профессиональный почерк.

В практике вещания прослеживаются разные тенденции в отношении к звуковому образу, в том числе и к его упрощению, к «скупости красок», доходящей порой до полного отказа от всех выразительных средств, кроме слова. Появлялись даже попытки подвести теоретическую базу под это явление, когда любое проявление индивидуальности журналиста или диктора у микрофона, любое его стремление придать радиосообщению эмоциональную окраску расценивалось как подрыв авторитета официального органа пропаганды: «Радио ведь не ваше, а государственное».

Один известный режиссер и теоретик радио утверждал, что звучание музыки в общественно-политической программе не должно занимать более 15–20 секунд, «дабы не дискредитировать содержание». Невольно вспоминается директива многолетней давности, которая категорически требовала не допускать женщин к чтению радиогазеты и других политических материалов, поскольку женские голоса «не гармонируют с голосами чтецов и содержанием газеты». Исключение допускалось для «чтицы, у которой голос похож на мужской».

Борьба с монотонностью радиосообщений, с «единообразием» передач была и остается одним из основных стимуляторов развития радио как средства массовой информации. Уже на заре массового вещания при чтении довольно невыразительной рекламы дикторы стремились вносить в нее элементы театрализации: разыгрывали текст между собой (по образцу, как писали безо всякой иронии тогдашние критики, клоунов Бима и Бома). В 30-е годы на страницах журнала «Говорит СССР» проходила длительная

дискуссия о том, как «драматургией и монтажом сообщений» сделать выпуски «Последних известий» и радиогазет наиболее выразительными и доходчивыми.

Познание возможностей радио как системы образного общения с аудиторией началось с обыкновенного деления «на голоса». Затем в ткань передачи стали вводить музыку и шумы. Следующий этап – усложнение драматической композиции, соединение в определенных пропорциях элементов различных жанров, относящихся к документальному и художественному видам вещания, становление радиорежиссуры как профессии. Вот путь формирования звукового образа.

Отметим любопытный факт: профессиональная терминология радио полностью заимствована у театра и кинематографа, хотя первому из них уже тысячи лет, а второй – ровесник радио. Случайно ли это совпадение в терминах? Не является ли оно естественным, логически обоснованным выражением не соседства, а органического родства вышеназванных видов искусства и СМИ? «Надо к вне представления на сцене слагать фабулу так, чтобы всякий, слушающий о происходящих событиях, содрогался и чувствовал сострадание по мере того, как разворачиваются события». Не правда ли, как точно обозначены принципы искусства звуковых образов? А ведь это Аристотель, начало 14-й главы его «Поэтики».

В любом материале, в том числе и информационно-хроникальном, автор стремится найти свой сюжетный ход, выстроить выгодную композицию материала, определить эффектный момент для кульминации – словом, следует тем самым законам воздействия на ум и чувства человека, которые были сформулированы как основы драматического искусства еще древнегреческим философом.

Выразительные средства радиожурналистики составляют две группы, находящиеся в неразрывной связи друг с другом.

К первой группе, стабильной, не подверженной количественным изменениям, относится тот исходный звуковой «материал», которым оперирует радиожурналист: это четыре элемента – *слово (речь), музыка, шумы* (реальные, жизненные или студийные, т.е. имитированные при помощи различных бытовых приспособлений) и *документальные записи,* сделанные вне студии. Эти записи в свою очередь также включают в себя речь, музыку и различные звуки (шумы), но в отличие от первых в отдельную передачу они чаще всего могут превратиться или в комплексе, или в сочетании с записанными в студии речевыми комментариями.

Эти четыре элемента системы мы называем **природными, или формообразующими.** Они неизменны, стабильны, их природа не подвластна субъективному воздействию радиожурналиста.

Вторая группа, напротив, мобильна, ибо находится в полной зависимости от воли и субъективных творческих потребностей автора радиосообщения. Поэтому входящие в нее выразительные средства радиожурналистики мы называем **техническими, или стилеобразующими.** К ним относятся *монтаж, голосовой грим, звуковая мизансцена,* ряд *технических способов звукообразования (реверберация* и т.п.) и др.

По мере развития радиотехники и изменений в технологии производства радиосообщений, а также в зависимости от творческой фантазии авторов радиосообщений число стилеобразующих выразительных средств, безусловно, будет изменяться: увеличиваться (благодаря техническому прогрессу) или уменьшаться (в соответствии с реальными функциональными потребностями вещания конкретной станции или личными вкусами автора).

Рассмотрим более подробно каждое из выразительных средств.

Формообразующие средства радиожурналистики

Слово (человеческая речь). В работе со словом перед журналистом возникают сразу три задачи.

Первая – слова должны точно описывать событие, которое является объектом журналистского внимания, достоверно передавать его атмосферу. Сравним, например, фрагменты из репортажей нескольких журналистов с места одного и того же события.

Аэродром, зима, на летном поле кучка людей ждет приземления самолета, который должен доставить из Афганистана «груз 200» – цинковые ящики с телами наших солдат, погибших в боях.

Репортажи явно делаются впрок: для эфирных программ они не предназначаются, ибо правительство и военные вовсе не собираются сообщать широкой общественности правду об афганской войне, она еще в самом начале.

У микрофона журналист из радиостудии Министерства обороны:

«На летном поле холодно. И, наверное, так же холодно в душах людей, которые мужественно преодолевают трудности момента; еще несколько минут – и приземлится самолет с печальным грузом».

У микрофона корреспондент Всесоюзного радио из числа специализирующихся на пропаганде армейских успехов:

«Печальные лица у мужчин в форме и в гражданском. Среди них несколько женщин с грустными, заплаканными глазами...»

В этих фразах двух приведенных отрывков на первый взгляд все правда, на самом же деле слова лживы. Разве понятия «грусть», «печаль», «мужественное преодоление трудностей момента» соответствуют той трагедии, о которой рассказывают репортеры? Родители – достаточно высокопоставленные, отобранные политической системой, среди «обычного населения» (иначе они просто не попали бы на этот аэродром и на это летное поле, а получили бы повестку в морг или в лучшем случае в военкомат) ждут, когда привезут трупы их детей.

Есть кинохроника этого трагического эпизода, и есть третий комментарий события – кинодокументалиста:

«Окаменевшие от ужаса и горя лица. Молодая женщина лет двадцати (ей везут останки ее мужа), у нее, как у старухи, трясутся обе руки, и она не может удержать в руках сумочку.

...Генерал-майор в распахнутой, несмотря на мороз и метель, шинели. Он все время вытирает слезы и что-то беззвучно шепчет, будто молится; в глазах у него мертвая пустота, словно там, в Афганистане, убит он сам, а не его любимый сын».

Сравнение трех данных выше текстов показывает, как важно не просто *правильно* найти слово, но найти его *честно,* а значит, *точно* по отношению к сути происходящего.

Вторая задача журналиста – найти наиболее точную интонацию, которая часто несет ничуть не меньше информации, чем само содержание материала. Бернард Шоу когда-то заметил, что есть только один способ написать слово «да» или слово «нет», но есть 50 вариантов их произношения, причем часто с прямо противоположным значением.

Говоря о звуковом языке и огромной роли интонации, выдающийся русский философ А.Ф. Лосев указывал, что интонация и экспрессия как приемы лексического общения возникают одновременно со словом и что вне интонации любое слово просто не имеет смысла.

Слово, устное или письменное, если оно несет значительный смысл, может (с учетом особенностей и приемов использования того и другого) эффективно воздействовать на воображение человека в понятийной форме, минуя зрительные ассоциации, т.е. не нуждаясь в «подкреплении» визуальным рядом. Большая часть материала радиожурналистики, особенно в информационной сфере, доходит до аудитории именно таким образом.

В то же время слово, будучи основным носителем содержания как в литературе, так и в журналистике в целом, включая и радиотелевизионную, всегда ориентируется на эмоции человека, на образность, которую нельзя сводить лишь к зрительному представлению. Образ, возникающий в сознании человека, сложен по своей природе: он являет собой сплав

эмоционального и смыслового, рационального и интуитивно-ощущаемого. М.В. Ломоносов, отмечая роль эмоции и имея в виду, конечно, письменные и устные литературные жанры, писал: «Больше всех служат к движению и возбуждению страстей живо представленные описания, которые очень в чувство ударяют, а особливо как бы действительно в зрении изображаются».

Еще в начале 30-х годов выдающиеся мастера Художественного театра, пришедшие на радио в качестве педагогов по речи, обратили внимание, что любой текст – от метеорологических сводок до сообщения о спасении полярников, оставшихся на льдине после гибели ледокола, от перечня имен участников совещания до характеристики тактико-технических данных нового истребителя – можно формально и пассивно-добросовестно проговорить и можно сказать так, чтобы слушатель испытал волнение, радость или грусть. Но для этого нужно, чтобы журналист был творческим работником и в зависимости от темы умел перевоплощаться – во влюбленного в науку физиолога, в энтузиаста-шахматиста, в музыковеда и т.д. Он должен сам быть увлечен своим текстом.

Для работников радио очень важно наблюдение основателя Художественного театра К.С. Станиславского о способности человека при словесном общении с другими людьми видеть «внутренним взором то, о чем идет речь»: «Если же мы слушаем других, то сначала воспринимаем ухом то, что нам говорят, а потом видим глазом услышанное». Таким образом, слушать, по Станиславскому, означает видеть то, о чем говорят, а «говорить – значит рисовать зрительные образы».

Третья задача, которая стоит перед журналистом в работе над словом, – поиск логических и экспрессивных акцентов (ударений).

Учение Станиславского о действии словом ставит на первое место в процессе достижения выразительности и убедительности речи не силу голоса, а умение говорящего пользоваться чередованием интонаций (повышением и понижением), чередованием ударений (фонетическим акцентом) и пауз (полной остановкой). Что же касается громкости, то, как свидетельствуют эксперименты, проведенные великим реформатором театра в зрительном зале, силой звука можно оглушить, но вызвать нужные эмоции трудно. Практика радио подтвердила точность этого вывода не только для общения актера с публикой в зрительном зале, но и для работы у микрофона.

Ударение охарактеризовано Станиславским как элемент смысловой точности в речи. Правильное использование ударений заключается не только в умении *поставить* его на том слове, где ему надлежит быть, «но и в том, чтобы *снять* его с тех слов, на которых ему не надо быть».

Важнейшим критерием качества работы у микрофона можно считать и открытую Станиславским психофизическую зависимость речи говорящего от понимания им важности сообщаемой информации и его искренности: «Неверие в то, что говоришь, отсутствие подлинной задачи... все это укорачивает голосовой диапазон». Последний тезис применительно к радиожурналистике переводит учение о действии словом из сферы сугубо эстетической в область нравственную.

Эффект вовлеченности слушателей в передачу опытные журналисты создают, приближая ее к естественному речевому общению людей. Одна из основных форм устной речи – диалог, т.е. разговор двух или нескольких лиц, обменивающихся информацией или занятых коллективными поисками решения какой-либо проблемы. *Диалогичность* свойственна многим материалам радио, она вытекает из его акустической природы, хотя и имеет некоторые особенности. Ее своеобразие определяется тем, что собеседники разделены пространством, между говорящим и слушающим, как правило, отсутствует непосредственная связь. Однако журналист у микрофона всегда обращается к слушателю, предполагая в нем собеседника, активного участника двустороннего контакта, как бы предугадывая его реакции, ход мысли, возможные вопросы, строя систему информации и логических доводов таким образом, как он делал бы это в условиях беседы. Некоторые

практики вещания в этой связи рекомендуют избегать в высказываниях у микрофона слова «радиослушатели»: оно подчеркивает пассивную роль аудитории.

Существуют стилистические приемы внесения элементов диа-логичности в радиопередачу: это прямое и косвенное обращение к аудитории с использованием соответствующих речевых оборотов, риторических вопросов; интонация, приближенная к разговорной; «неправильный» (свойственный живому разговору) порядок слов; естественное использование пауз, возникающих в речи человека, когда он задумывается, ищет нужное слово.

Перечисленные приемы сами по себе еще не решают проблемы, они станут органичными лишь при условии диалогичности способа мышления самого радиожурналиста. Диалог присущ демократическим формам общения, в которых мысль движется и развивается, а мнение вырабатывается в процессе беседы с учетом различных точек зрения и многосторонней аргументации, в «диалоге сознаний», по выражению известного литературоведа М.М. Бахтина. Установка на диалогическую интерпретацию идеи сообщения подводит к необходимости сделать слушателя соучастником размышления журналиста.

Работая со словом (особенно в том случае, когда журналист не импровизирует непосредственно в эфир, а готовит текст заранее для записи) необходимо помнить, что, оставаясь, как правило, наиболее распространенным звуковым элементом передачи, оно не является единственным носителем идейного и художественного смысла. Более того, часто для эффективного воздействия на аудиторию важным оказывается не только прямое значение слова, но и его способность к контакту с музыкой и шумами.

Музыка и шумы. Много лет потратила отечественная радиожурналистика на то, чтобы освоить широкую палитру возможностей музыки в радиопередаче. Недооценка роли музыки и шумов, их способности самостоятельно выражать смысл, атмосферу и сюжетные линии аудиоповествования – явление не новое. Время от времени и в практике вещания, и в теоретических работах утверждался взгляд на музыку и шумы лишь как на *дополнение* к слову.

Еще в 1930 году режиссер радио В. Марков утверждал, что музыка может быть введена лишь «для отдыха мыслительного аппарата слушателя от сосредоточенности на смысловом содержании речевой передачи». Если оставить в стороне витиеватость стиля, который К. Чуковский образно и емко называл «канцеляритом», то главная мысль одного из руководителей вещания очевидна: «не стоит обращать внимания на музыку: она только отвлекает от слов».

И эта позиция вполне понятна: во-первых, так безопаснее с точки зрения цензуры (мало ли какая ассоциация возникнет у слушателя); а во-вторых, проще (не надо мучиться, пытаясь органично соединить слова и музыку, найти звуковой образ, работать над композицией передачи и т.д.). Все это было вызвано социально-психологическими обстоятельствами жизни страны, примитивностью пропагандистских задач и условиями, самой атмосферой работы на радио.

Обстоятельства, задачи и условия работы менялись, идея «вто-роразрядности» музыки и шумов оставалась и продолжала развиваться специалистами. Так, режиссер А. Платонов утверждал, например, что музыку в любой передаче целесообразно вводить «не более чем на 15–20 секунд, после чего уводить ее на фон или убирать совсем». Что же касается шумов, то подчеркивалось, что «шумы на радио – вещь подчиненная». Даже в художественном вещании, при постановке радиоспектаклей, значительность и синтетичность звукоряда (сочетание музыки и шумов в передаче) ставились под сомнение.

Каковы же причины, породившие такой подход, почему он получил широкое хождение у профессионалов-практиков и у теоретиков радиовещания? В основе его лежат две тенденции, на протяжении многих лет достаточно активно проявлявшие себя в вещании.

Первая – стремление *иллюстрировать* действие музыкальными фрагментами и шумовыми эффектами, вводить их в структуру передачи в качестве некоего звукового аккомпанемента. Например. В радиоочерке идет речь о молодом офицере, отправляющемся к месту службы:

Журналист. Петя, вернее, теперь уже Петр Сергеевич Волин смотрел в окно вагона. Поезд подходил к мосту через Волгу.

(Звучит фрагмент мелодии песни «Издалека долго течет река Волга...»)

Журналист. Петр никогда прежде Волгу не видел, да и теперь она проскочила со скоростью курьерского...

Никакой внутренней логической связи между текстом и музыкой здесь нет – ее появление сугубо формальное.

Еще пример – из радиокомпозиции, прошедшей в программе «Юности». Действие происходит на стройке, герой рассказывает о пожаре, зовут героя Миша:

Миша. Неожиданно я услышал удары в рельс.

(Слышны три удара в рельс.)

Миша. Потом я услышал женский крик.

(Слышен женский крик.)

Миша. Это звали меня.

Женский голос. Миша!

и т.д.

При разборе данной передачи выяснилось, что если изъять из нее шумы, по содержанию своему *дублирующие слова,* то она сократится ровно на одну треть, при этом ее эмоциональный настрой не пострадает. И в первом и во втором случаях мы имеем дело с иллюстративностью, т.е. не с продолжением мысли, формулированной словом, а с попыткой ее дополнительного пояснения, по сути дела, – с повтором.

Вторая тенденция затрагивает уже не методологию вещания, а его идейно-эстетические основы. Она выражается в упоминавшейся нами тяге к интонационной бесстрастности передач. По мнению сторонников эмоционально нейтральной манеры обращения к слушателю, музыка (а следовательно, и шумы) может быть включена только в ткань художественных программ: «...музыку следует вводить в основном лишь в постановки, насыщенные эмоциями, в постановки с романтическим или психологическим содержанием», – пишет один из приверженцев сторонников «бесстрастного радио». По его мнению, большинство передач должны быть написаны «деловым стилем и просто не позволяют использовать в них музыку». Цитированный постулат получил развитие в практике как центрального, так и местного вещания на различных этапах истории советского радио. Это обстоятельство и послужило причиной отношения к музыке и шумам как к элементам *дополнительного оформления,* отнюдь не претендующим на самостоятельную роль в радиопередаче.

Такой подход неправилен, ибо он игнорирует возможности музыки и шумов как смысловых структурообразующих элементов радиосообщения. В процессе художественной организации материала музыка и шумы могут представлять собой самостоятельные части сюжетной конструкции благодаря заложенной в них семантической информации. При этом в ряде случаев музыкальные фрагменты и шумы превращаются в синонимы логического утверждения.

Наиболее ярким примером такого рода служат позывные. Так, музыкальная фраза песни «Подмосковные вечера» эквивалентна объявлению: «В эфире круглосуточная программа "Маяк". Прошло еще полчаса. Сейчас вы услышите новости». Таким образом, музыка выполняет роль слова, и происходит это вследствие того, что в сознании слушателей уже выработан соответствующий код.

Психологи давно доказали и теоретически, и экспериментальным путем, что объем семантической информации в музыке практически равен содержанию речевого сообщения.

Все сказанное в равной мере относится и к шумам, т.е. к звукам, сымитированным в студии или подлинным (заранее записанным на пленку). Они также могут нести смысловую

и сюжетную нагрузки. В литературе о радиожурналистике можно встретить определение *рисующие шумы* – так пишут, когда хотят подчеркнуть возможность не словами, а звуками «описать» место действия. Такой термин возможен, но справедливо заметить, что он очень обедняет представление о содержательном значении шумов, включенных в передачу. Между тем правильно найденный звук без речевого комментария может стать абсолютно самостоятельной передачей, обладающей огромным информационным зарядом. Наиболее убедительный пример тому – метроном в дни Ленинградской блокады 1941 – 1944 годов. Он включался и звучал на весь мир по много часов. Его слушали очень внимательно, следили за ритмом, следили за тем, не прерывается ли этот стук. Премьер-министр Великобритании, один из руководителей антигитлеровской коалиции Уинстон Черчилль, в спальне и в кабинете держал радиоприемники, настроенные на волну Ленинграда, и часто включал их, чтобы проверить, продолжается ли в эфире звук метронома из города на Неве, потому что его удары означали следующее: «Метроном звучит, значит, в городе есть электрическая энергия, значит, могут работать заводы, ремонтирующие военную технику; есть пекарни, значит, город живет, обеспечивая хотя бы минимально нужды армии, значит, части Красной Армии продолжают удерживать немцев на границах Ленинграда; жизнь и возможная в условиях блокады работа продолжаются, значит, сегодня город фашистам не сдан».

Практика мировой журналистики знает аналогичные примеры работы радио и в менее экстремальных ситуациях.

Поиски жизненно достоверных шумов для записи на радиостудиях шли во всем мире едва ли не с первых лет вещания. Эксперименты ставились с увлечением. В качестве некоего образца рассматривались спектакли американской радиокомпании «Эдисон», где для нужного эффекта в студии один раз была выпущена стая голубей, в другой – перед микрофоном устроили настоящую драку кошки с собакой.

Фотоснимки приборов и инструментов, использовавшихся для создания в воображении слушателей нужных эффектов, внимательно изучались в Москве, в студии на Телеграфе, здесь поощряли и своих собственных Эдисонов.

4 сентября 1929 года руководством Радиокомитета был подписан Приказ №104 «О мероприятиях в связи с введением в систему радиовещательной работы радиофонической режиссуры». С этого дня ведет свою биографию профессия звукорежиссера, и всевозможные эксперименты художественно-технического свойства стали вменяться в обязанность работникам, занимающим эту должность.

...Вечер, свободный от передач.

В студии – энтузиасты «звукомонтажа» (так именовали шумовое оформление); в аппаратной и в других комнатах с наушниками и у репродукторов – техники и редакторы. Задача – через микрофон передать зажигание спички и треск костра, выстрел и цоканье копыт, шуршание льда и закуривание папиросы, шум приближающегося поезда и целый ряд других, еще более хрупких и тонких звуков, многие из которых даже ухом плохо улавливаются.

В списке – свыше тридцати опытов. Первые три – зажигание спички, закуривание папиросы и разрывание бумаги – не вышли. Однако никто не обескуражен.

– Продолжайте! – кричат. – Что у вас там дальше? Звук поезда?

В одну длинную коробку насыпается дробь, в другую – деревянные бирюльки. «Изобретатель» равномерно трясет обе коробки, и тогда даже простым ухом становится слышно, как «идет поезд».

Шум поезда получается гораздо удачнее, чем следующий опыт: звук выстрела из игрушечного пистолета отдается звуком разорвавшейся бомбы в ушах радиослушателей. Пытаются изобразить выстрел другими способами: стучат по барабану, линейкой по столу, хлопают дверью и т.д. Пробуют просто похлопать рукой по стулу, резонно соображая: «Здесь – стул, а там, может, выстрел получится... По радио не знаешь, где найдешь, где потеряешь».

У самого микрофона ломают и мнут между пальцами хрупкую корзиночку из-под пирожных, и эта корзинка неожиданно передает звук горящего костра. Слышно даже, как трещат сухие ветви под напором огня. Так простым и удивительным способом передаются самые сложные звуки.

– Сейчас я изображу далекий голос, – возвещает экспериментатор. – Помо-ги-те, на по-о-мощь, сюда!

Получается, действительно, крик о помощи, доносящийся откуда-то издалека.

Из тридцати попыток удачными оказываются четыре-пять – неплохое пополнение звукового арсенала радиотеатра. В следующий раз назначаются эксперименты с участием актеров.

В 1930 году звукорежиссер Е. Рюмин сконструировал «универсальный звуковой станок», при помощи которого «можно извлечь 37 основных групп звукоподражаний или свыше 70 отдельных звуков». История умалчивает, были ли рюминские чертежи воплощены в металле, стекле, дереве, картоне или проволоке, но совершенно очевидно, что режиссеры радиотеатра ожидали этот уникальный прибор с нетерпением. И пока шли переговоры с промышленностью, Е. Рюмин и его товарищи на страницах

служебных и специальных изданий охотно делились друг с другом и коллегами из провинции 42 способами отображения реальных «жизненных» шумов с помощью деревянного корыта, машинки для сбивания яичных желтков, разорванной футбольной камеры, ручки от граммофона, гречневой крупы, папиросной бумаги, сломанной и работающей фисгармонии и прочих не менее занятных вещей.

Перед публикацией все описываемые звуковые эффекты, привычные и «трюковые», проходили «проверку в передачах из большой и малой студии Московского радиоцентра», то бишь на Телеграфе. Не могло же такое богатство без дела пылиться где-то в углу или на студийных антресолях. Оно шло в ход мощно, хотя и не всегда разумно.

Поиски звукошумовых реалий у микрофона, конечно, принесли большую пользу. Создавались основы той звукорежиссуры, которая обусловила художественную и жизненную убедительность многих разнообразных циклов и программ 40–70-х годов. Эффект здесь достигался порой сенсационный.

В одной радиопостановке (это было еще до запуска первого искусственного спутника Земли) журналист сфантазировал эпизод, в котором с подмосковного аэродрома летчик-испытатель якобы отправляется в полет вокруг Земли, как бы в космос. Слова «космонавт» тогда еще не было. Летчика играл В. Белокуров из МХАТа. В сцене прощания он был особенно убедителен, а режиссер постарался максимально достоверно подобрать к ней шумы. Через некоторое время после передачи в эфире одно из зарубежных информационных агентств срочно сообщило: «Советы запустили человека в космос». Вывод был сделан на основании того, что, по мнению специалистов, в художественную передачу московского радио были включены шумы, будто бы записанные действительно при запуске спутника. Сообщение наделало бы много хлопот, если бы высокие официальные инстанции на Западе не выступили с официальным опровержением.

Современные психологи и искусствоведы ставят знак равенства между музыкой и шумами, имея в виду их способность отражать явления материального мира «ритмично и интонационно организованными звуками».

Выдающийся дирижер и музыковед XX века Л. Стоковский одной из глав своей монографии о природе музыкального искусства дал название «Все звуки могут стать музыкой». Рассматривая тональную окраску и ритмическую структуру различных шумов, сопутствующих тем или иным явлениям природы или цивилизации, – рев океанского прибоя, плеск речных волн, свист ветра, грохот работающих станков, шелест листьев, постукивание колес поезда, топот лошадей, гул автомобильных моторов, звон капель, падающих с весел лодки, плывущей по тихому озеру, и т.д., – Стоковский утверждает, что все шумы, с которыми сталкивается человек, «обладают своеобразной ритмической пульсацией и нередко приобретают значение своеобразной музыки».

Это утверждение принято за основу самостоятельным и очень интересным направлением в радиожурналистике и радиоискусстве, получившим название «арт-акустика». Это сюжетные передачи с использованием всевозможных шумов, с которыми мы сталкиваемся в реальной жизни или которые ассоциативно восстанавливают определенные исторические обстоятельства. На протяжении такой передачи нет ни одного комментирующего или объясняющего слова – человеческая речь приравнивается к шуму, имеющему историческое значение (например, выступление Сталина или Гитлера), когда слова разобрать невозможно и только интонация и ритм речи помогают узнать оратора, известного поэта, читающего свои стихи, и т.п., иначе говоря, звуки используются как символы. Соединение всех этих звуков представляет нам законченную бытовую историю или социально-политическое событие. Причем эти истории могут быть самого разного характера: от ссоры двух друзей на дне рождения – ссоры, которая кончается чуть ли не гибелью планеты, или истории любви двух людей, которые (каждый в своем автомобиле) на огромной скорости мчатся по автобану из одного европейского города в другой (причем продолжительность этого своеобразного репортажа соответствует как раз тому времени, которое в реальной жизни необходимо, чтобы на скорости в сто с лишним километров в час добраться из одного реально поименованного пункта в другой), до хроники Второй мировой войны, истории французского Сопротивления и т.п. Словом, тематических ограничений для этого направления радиожурналистики не существует.

Из всего сказанного следует, что музыка и шумы в структуре радиопередачи могут выступать как самостоятельные элементы композиции, равноценные друг другу и слову. Они способны уточнять, дополнять и развивать как идейную, так и эстетическую информации, высказанные словом, нести необходимые логическую и эмоциональную нагрузки, необходимые для движения сюжета. Поэтому представляется принципиально неверным утвердившийся в 50–70-е годы термин «музыкальное (шумовое) оформление передачи»: правильнее говорить о *целостном музыкально-шумовом решении* радиосообщения. Определение места и функционального назначения каждого музыкального (шумового) фрагмента – задача чрезвычайно ответственная в процессе организации исходного фактического и литературного материала, составляющего содержание передачи.

В структуре передачи музыка и шумы, если они заменяют человеческую речь, наиболее распространены при выполнении следующих функций.

1. *Обозначение места и времени действия.* Например, в спортивном обозрении звуки гонга, топот копыт, нарастающий и стихающий шум толпы обозначают, что репортаж ведется с ипподрома, и корреспонденту не обязательно тратить время и слова на описание места действия. Или другой пример: гудок теплохода и плеск воды обозначают пристань. Указанием на местонахождение репортера, ведущего рассказ о заповедной зоне сибирского озера, может стать мелодия песни, скажем «Славное море, священный Байкал...», и т.п.

2. Обозначение перемещения действия во времени и пространстве. Современный репортаж, как правило, проходит завершающую стадию подготовки к эфиру в монтажной, и репортер часто совмещает в его композиции фрагменты, записанные в различных местах и в разное время; музыка помогает наиболее четко и понятно для слушателя осуществить это объединение. Знаменитый эстонский радиожурналист И. Триккель пишет об этом так: «Чаще всего в репортажных передачах музыка используется для переходов, которыми связываются отдельные части, тематические куски репортажа, подчеркивается переход из одного времени в другое. Музыка заменяет ведущего в переходах... в этом отношении музыка незаменима». В качестве примера можно привести репортажи самого И. Триккеля, рассказывающего о соревновании двух рыболовецких коллективов. Музыкальным лейтмотивом, обозначающим перенос места действия с берега в океан, стала музыка Вагнера из «Летучего голландца».

3. Выражение эмоционального характера описываемого события. Точное сочетание звуковых элементов позволяет воссоздать атмосферу действия с большой полнотой. В качестве примера сошлемся на широко известный репортаж, в котором журналист без

единого комментирующего слова, только посредством документально зафиксированных шумов и отдельных уличных реплик нарисовал трагическую картину жизни югославского города Скопле в первые часы после землетрясения.

В одном из репортажей о празднике пушкинской поэзии корреспондент «Маяка» Г. Седов целую минуту отдал звучанию шагов тысяч людей, поднимавшихся к могиле поэта на холме Свято-горского монастыря. Благоговейно и трепетно звучали шаги и приглушенные (неразборчивые для слушателя – это было сделано специально) разговоры «в очереди к Пушкину» – атмосфера действия была передана с волнующей и впечатляющей достоверностью.

Еще один репортаж (автор К. Ретинский) – о захоронении воинов, павших в боях с китайскими провокаторами на острове Даманском, – воссоздает атмосферу происходящего с помощью шумов следующим образом: после короткой траурной речи в тишине раздается стук молотков по гробовым крышкам, ни единого слова, никакой музыки в этот момент журналист в ткань репортажа не включает – найдена лишь одна звуковая деталь, точно передающая горе людей, потерявших своих близких. Далее стук молотков сменяется залпом ружейного салюта, и только после этого звучит несколько музыкальных фраз из Гимна Советского Союза, завершивших репортаж.

Один из авторов репортажей, на которые мы ссылаемся, пишет: «Конечно же, звук "работает" не только в таких исключительных, трагических ситуациях. Ежегодно в день 9 Мая на сквер у Большого театра идет с "Репортером" корреспондент "Маяка". Сам он говорит там очень мало. Говорят те, кто встретился в этот день после долгих лет разлуки. Звучат поцелуи, иногда слышны неудержимые рыдания, громкие дружеские объятия... "Звучок"? Нет. Хорошая документальная запись на месте события, в которой ярко выражен эффект присутствия. Для чего это? Для самого гладкого, что должно отличать радиодокументалистику, – для достоверности, для правды!»

4. Выражение психологического состояния участников события или самого журналиста. Приемы, используемые в этом случае, распространены как в общественно-политическом и информационном, так и в художественном вещании. Вспомним публицистический радиорассказ А. Ревенко «Люди Трехгорной мануфактуры». Процитируем начало передачи:

Корреспондент. Один умный человек посоветовал мне начать знакомство с «Трехгоркой» с проходной. Я так и сделал.

(Начинает звучать музыка. После слов «Я так и сделал» вступает прозрачная, рассветная мелодия, которая переходит в маршевую, приподнятую, бодрую.)

Корреспондент. Идут молоденькие и почему-то все как на подбор симпатичные, очень милые девчата, идут чуть тяжеловатой походкой пожилые женщины – ветераны «Трехгорки», идут парнишки, похожие на школьников, и грузноватые старики – сотни, тысячи лид. Они все разные. И все-таки есть в них что-то неуловимое общее. Что-то, делающее их похожими друг на друга и отличными от других...

По замыслу автора в том месте передачи, где звучит музыка, должен был звучать довольно длинный монолог о просыпающемся городе, об утреннем солнце, о том, как бодро идет на «Трехгорку» рабочая смена все более и более широким потоком и т.п. Текст монолога был написан и записан на пленку, но впоследствии А. Ревенко от него отказался: музыка передала настроение и журналиста, и его героев более четко и более выразительно, чем слова. Она вошла в круг психологических обстоятельств действия, «озвучила» связи журналиста и окружающего его мира, тем самым участвуя в рассказе как его активный движущий элемент.

Указанный прием широко используется в художественных программах вещания. Методологическое обоснование его эффективности дал известный режиссер Г.А. Товстоногов: «...в театре для меня чаще бывает дороже молчание актера, чем его речь. Потому что в хорошо подготовленной сценической паузе продолжается особенно напряженная внутренняя жизнь героя, движутся его мысли, чувства... Но в театре зритель ВИДИТ... Как "говорить молча" в эфире? И вот возникла мысль об особом применении

музыки... Она должна была заменить сценические паузы, неся в себе поток мыслей и чувств героя. Эти принципы пришли ко мне после знакомства со многими чисто журналистскими работами у микрофона».

Шумы в этом плане не менее выразительны, особенно когда они обретают меру обобщения, близкого к символу. На Ленинградском радио режиссер С. Россомахин сделал документально-публицистическую программу о декабристах «Сто братьев Бестужевых». Он создал звуковую партитуру, где голос актрисы Нины Ургант (она читала текст жены Рылеева) сливался с «поединком» флейты и барабана – лейтмотивом казни. «Августейший» дуэт царя и великого князя продолжался скрипучим «голосом» самого трона Российской империи и какофонией кандалов на руках и ногах солдат, идущих по этапу в Сибирь.

Здесь правомерно говорить о взаимном влиянии радиожурналистики и радиоискусства. Поиск звуковой выразительности, который вели радиожурналисты, оказывал большое влияние на мастеров, приходивших к режиссерскому пульту в радиостудию из театра и из кинематографа. В свою очередь их художественные эксперименты и находки входили в число приемов наиболее опытных и творчески активных репортеров и радиопублицистов.

Уникальным в этом смысле стал опыт работы кинорежиссера Андрея Тарковского над радиоверсией рассказа У. Фолкнера «Полный поворот кругом». Чтобы создать достоверную атмосферу действия, он использовал восьмикратное одновременное соединение музыки и шумов («наложение»). А. Тарковский вместе с музыкальным редактором Э. Олахом и режиссером шумового оформления Н. Бондаревым создали сотни вариантов конкретных шумов, иногда удивительно точных по воспроизведению жизни. При многократном прослушивании постановки иногда различаются второплановые и третьеплановые шумы, которых раньше как будто не было слышно, например шум падающих гильз от стреляющего пулемета (шум третьеплановый, потому что одновременно с ним слышен шум торпедного катера, шум моря и т.д.). Но это лишь на первый взгляд может показаться, что этот звук лишний: если его убрать, теряется ощущение полифонии звукового ряда и возникает нечто неестественно изолированное, иллюстративное в решении звуковой картины боя.

В этой сцене А. Тарковский добился поразительного по силе воздействия на аудиторию эффекта, устроив «момент полной тишины». Главный герой – летчик Богарт, оказавшийся на маленьком торпедном катере, – в начале эпизода коротко комментирует события. Этого вполне достаточно, чтобы в сочетании с диалогами остальных действующих лиц слушатель мог ясно представить себе всю картину боя. Но постепенно слышны лишь возгласы Богарта по поводу происходящего, и идет текст команд английских офицеров. У слушателя возникает реальное ощущение боя, который никогда не кончится или который приближается к какой-то страшной развязке. В тот момент, когда Богарт теряет сознание, режиссер на несколько секунд включает ревербератор – кажется, только на мгновение, чтобы слушатель не успел засечь этот технический прием, а воспринял бы его как выражение своего эмоционального состояния. Пауза при проверке секундомером оказывается почти минутной, но при прослушивании воспринимается коротким моментом, в который слушатель успевает лить перевести дыхание. Только после этой паузы вступает шум набегающей на берег волны, – шум, чем-то похожий на выдох. Слушатель вместе с героем возвращается из небытия обморока в мир живых звуков: плещут волны, кричат чайки...

Между прочим, каждый раз при очередной перезаписи фонограммы спектакля А. Тарковского происходил интересный казус: звукотехникам, осуществлявшим эту работу, пауза на пленке представлялась не творческим решением режиссера, а техническим браком, и они «вырезали» ее, иногда сократив (на всякий случай!) до трех-четырех секунд, а иногда и полностью. Срабатывала привычка: в эфире пауза не должна длиться более одной-двух секунд. Разумеется, психологический, художественный эффект, который закладывал в этот эпизод А. Тарковский, исчезал. А так как интерес к этому спектаклю был очень большим и

у нас в стране, и за рубежом (особенно если учесть, что он 20 лет пролежал «на полке» и в эфир его практически не выпускали), то вполне понятно, что его копировали много раз, и в результате в различных государственных, коммерческих и личных аудиоархивах хранятся разные версии одного и того же спектакля – с паузой и без нее.

Выполняя функцию психологической характеристики ведущего радиопередачи (журналиста, рассказчика, действующего лица – «от автора»), музыка иногда становится основной деталью композиции.

К примеру, журналист взялся за такую трудную тему, как несостоявшееся семейное счастье. Часами фиксировал он диалоги людей, которые пришли в ЗАГС, чтобы официально оформить свой разрыв (разумеется, все записи производились с их разрешения). Иногда разговоры будущих героев передачи были столь краткий, почти односложными (персонажи тем не менее представляли бесспорный интерес), что журналист не побоялся продолжить рассказ уже не в форме диалога, а включив в текст описание его участников, не нарушая при этом эмоциональной атмосферы взаимоотношений в их «критической точке». Когда же текста явно не хватало, логическое продолжение своего повествования он искал в музыке. Для всей передачи (а в ней рассказ о семи неудачных браках, о семи парах, по разным причинам потерявших свое счастье) была выбрана одна единственная мелодия – «Осенняя песня» П.И. Чайковского. Она возникала в передаче неоднократно, но каждый раз в новом звучании: рояль, виолончель, гобой, гармошка, оркестр, – и каждый раз автор вместе с режиссером находил ту неповторимую ритмическую, мелодическую и тембровую краску, которая позволяла музыке продолжить мысли и чувства журналиста и его героев.

Этот прием впервые был использован в радиотеатре в спектакле знаменитого радиорежиссера Лии Веледницкой «Телеграмма» по рассказу К. Паустовского. Там тоже звучала «Осенняя песня», и художественный прием, который на первый взгляд, казалось, полностью принадлежит арсеналу художественно-постановочного вещания, великолепно прижился и в радиожурналистике.

Опыт показывает, что мера смыслового и эстетического воздействия любой радиопередачи в значительной степени зависит от цельности ее интонационной структуры, от точности в соотношении всех его звуковых элементов – слова, музыки и шумов.

Первую группу выразительных средств мы называем формооб-разующей потому, что сочетание указанных элементов образует форму и жанр радиопередачи, диктует наиболее выгодные композиционные акценты.

Стилеобразующие средства радиожурналистики

Как мы уже говорили, эта вторая группа выразительных средств в радиожурналистике мобильна, т.е. число выразительных средств может меняться по выбору самого журналиста. Именно с их помощью формируются стиль программы, индивидуальные особенности манеры журналистского изложения материала, ритм Рассказа и т.д.

Рассматривая группу стилеобразующих выразительных средств, мы идем от более простого к наиболее сложному, от чисто технических приемов к приемам усложненного мышления, к комплексу эмоций и выделяем прежде всего специфические способы звукообразования.

Реверберация – с помощью пульта управления процессом звукозаписи журналист может придать звучанию голоса или записи события *дополнительную объемность,* эффект «эха». Этот прием часто используется для того, чтобы акцентировать внимание слушателя на речи персонажа, на какой-либо фразе журналиста или звуковой детали события. Например, в журналистском репортаже в годовщину гибели великого режиссера Вс.Э. Мейерхольда (50-летие со дня его расстрела отмечалось как трагическое событие в истории России, и программа радио включала репортаж из Бутырской тюрьмы) корреспондент

записал звук капель, падающих из крана в камере, где содержался Мейерхольд, и при монтаже передачи этот звук пропустил через ревербератор и через усилитель. Получился поразительный эффект: капли, падающие в железную раковину, прозвучали сначала как отсчет времени, а потом как выстрелы, как удары судьбы, прервавшие жизнь гениального театрального мастера.

Подобного эффекта, но уже совсем в другой звуковой атмосфере, создавая ощущение радости и счастья, добился известный журналист А. Ермилов в репортаже из ЗАГСа, где через ревербератор были пропущены звон обручальных колец на подносике у регистратора ЗАГСа и фраза невесты: «Понимаете, я не могу без него жить...» Повторенная несколько раз с постепенно усиливающейся реверберацией, эта фраза, заполняя все эфирное пространство и далее как бы всю вселенную, становилась символом всепобеждающей любви.

Прием «буратино» как выразительное средство был открыт выдающимся режиссером отечественного радио Розой Иоффе. Она установила, что убыстрение или замедление хода магнитофонной пленки может из «технического брака» превратиться в сильнейший художественный прием, который и был реализован при записи детского радиоспектакля «Золотой ключик, или Приключения Буратино» (отсюда и название этого приема). С его помощью были созданы и обаятельная скороговорка маленького деревянного человечка, и грубые вопли и стоны Карабаса, и звонкие голоса кукольных артистов, и дуэты, и квартеты, и шум толпы, и еще многое, многое другое. А все это был голос одного актера.

Из художественного вещания прием «буратино» достаточно быстро перешел в арсенал средств журналиста. Он позволял подчеркнуть ироническое отношение корреспондента к речи кого-либо из интервьюируемых. Приведем два примера. Корреспондент «Маяка» готовил репортаж с заседания Московского Совета, на котором тогдашний руководитель городского хозяйства в очередной раз обещал слушателям золотые горы. Дав самое начало его выступления в обычном режиме, чтобы аудитория почувствовала, как важно, с чувством собственной значимости городской голова говорит заезженными, заштампованными выражениями, журналист «перевел» его речь в другой ритмический регистр: убыстрил ее, и она сразу же потеряла и солидность, и значительность, а сам оратор в восприятии слушателей превратился в кукольный комический персонаж.

Этот эффект дал возможность журналисту не тратить время на подробный комментарий о несерьезности и лживости обещаний собеседника-чиновника, а ограничиться лишь одной фразой на фоне «буратинившего» начальника: «Обещания, данные с такой скоростью, и сам Иван Иванович не успевает запомнить».

В другом репортаже этот же журналист использовал прием «буратино» уже не убыстряя, а замедляя пленку, на которой опять-таки очередной начальник произносил речь, состоявшую из банальных истин, давно набивших оскомину. Министерский чиновник держался на трибуне уверенно, говорил энергично, но когда эта бойкая речь – через несколько фраз от начала – стала постепенно замедляться, у слушателей возникло ощущение, что сам оратор засыпает, изнемогая от бессмысленности того, что он произносит.

Профессиональный журналистский и социальный эффект с помощью такого репортажного приема был достигнут без дополнительных комментариев. Потребовалась лишь одна короткая реплика корреспондента: «А сам-то Иван Иванович разве верит в то, что говорит?»

Звуковая мизансцена – положение микрофона по отношению к участникам события, о котором идет речь в эфире. Микрофон можно установить так, чтобы всех было слышно одинаково, можно передавать его из рук в руки или приближать и отдалять от работающего механизма (скажем, от мотора трактора или автомобиля и т.д.), создавая эффект присутствия на событии в самом общем представлении. А можно выбрать для микрофона такую точку, чтобы какой-то один звук или чей-то один голос выходил на первый звуковой план, как на крупный план в кино. И тогда именно этот звук или голос становится сюжетным, смысловым и эмоциональным стержнем передачи.

Использование этого приема бывает очень эффективным именно в репортаже с такого значительного события, как, скажем, демонстрация новой модели самолета. Микрофон в этом случае устанавливается в центре события, например на гостевой трибуне, где собираются производственники, представители авиационных компаний, будущие пассажиры. Слышен оркестр, свист и гул начинающих работать двигателей новой мощной машины, журналист берет интервью прямо на трибуне у конструкторов – событие представлено в звуке объемно и разносторонне. Несколько раз к микрофону подходит (оказываясь на том самом звуковом «крупном плане») старый летчик-испытатель, который поднимал в воздух первые реактивные самолеты этой фирмы еще при жизни ее великого создателя. Он почти шепотом вспоминает конструктора и размышляет, как бы он оценил новую машину, что ему наверняка бы понравилось, а что, видимо, вызвало бы сомнение. И этот голос, максимально приближенный к слушателю, существующий как бы отдельно от события (хотя совершенно очевидно, что летчик-герой находится в данный момент на этой же самой трибуне), придает журналистскому рассказу еще большую убедительность, а самому событию – еще большую историческую значимость.

Описанный здесь прием впервые в отечественном эфире был использован в радиорепортаже о первом полете сверхзвукового лайнера Аэрофлота, а потом стал привычным для журналистов, рассказывающих, как с конвейеров сходили новые автомобили, со стапелей – новые теплоходы, а в дальнейшем повествующих и о менее редких новостях.

Голосовой грим – одно из выразительных средств радиожурналистики, заимствованное ею из арсенала радиотеатра. Это придание речи журналиста эмоциональных красок и ритмических особенностей, передающих атмосферу события. Так, например, репортаж об автомобильных гонках может быть разным. Можно вести репортаж, удобно устроившись в кресле комментаторской кабины и ровным спокойным голосом объясняя слушателям, что происходит на дорожке, почему тот или иной гонщик допустил ошибку и т.д. и т.п. А можно и самому как бы оказаться в одной из этих машин, бешено рвущихся к финишу и каждую секунду бросающих водителей на грань катастрофы, на грань жизни и смерти. Тогда речь журналиста становится прерывистой, сбивчивой, напряженной... Конечно, это требует от репортера определенных актерских способностей, ибо он сам, в действительности оставаясь в удобном комментаторском кресле, должен представить себя за рулем гоночной машины или на острие хоккейной атаки, чтобы донести атмосферу азарта до слушателей. Не случайно Николай Николаевич Озеров, спортивный комментатор, вел футбольный репортаж так, будто сам был непосредственным участником событий, – ведь он был прекрасным актером мхатовской школы.

Но голосовой грим необходим журналисту не только в тех случаях, когда он ведет спортивный репортаж. Практически любое событие, достойное внимания общественности, обладает своей неповторимой эмоциональной атмосферой. Найти нужный тон для передачи этой атмосферы – грустный или веселый, быстрый или, напротив, замедленный, значительный, при котором каждое слово, как удар молотом или капля падающей росы, – все это творческая задача, которую помогает решить точно найденный голосовой грим. Иногда журналист ищет и находит голосовой грим, контрапунктный по отношению к атмосфере события, что позволяет придать репортажу иронический оттенок. Но это уже область методики работы радиожурналиста, о которой мы будем говорить в одной из следующих глав.

Главное место в группе стилеобразующих выразительных средств радиожурналистики занимает **монтаж** (от фр. *montage* «сборка»).

Как технологическое средство монтаж появился на радио в условиях предварительной записи передач. Но это не значит, что в живом вещании монтаж как выразительное средство не использовался. Это была своеобразная форма композиции, в которой отдельные части соединялись друг с другом не на пленке, а прямо в эфире.

Существовала очень четко разработанная режиссерская партитура, где было указано, на какой минуте журналист начнет интервьюировать своего гостя, на какой секунде вступит сидящий в этой же студии оркестр, и в какой момент для пущей убедительности шумовики запустят имитатор полярного ветра... Все это репетировалось, иногда даже с участием главного героя, подлинного полярника, и шло в эфир, создавая весьма эффектную звуковую картину очередного подвига советского человека и демонстрируя достижения отечественного радиовещания. Но это была, скорее, имитация монтажа, а принципиально новый период развития радиожурналистики начался с массовым внедрением звукозаписи.

Звукозапись как техническое средство использовалась радиовещанием еще с конца 20-х годов. Например, в 1929 году в эфире звучала в записи на кинопленку речь заместителя Председателя СНК РСФСР А.М. Лежавы о роли радио и кино в социалистическом строительстве. В 1931 году была организована по типу киностудии фабрика «Радиофильм» специально для подготовки передач, фиксированных предварительно на кинопленке. Название фабрики стало обозначением разновидности радиосообщений, которые представляли собой «тот же звуковой кинофильм, но на ленте радиофильма отсутствовали кинокадры. Это обыкновенная стандартная кинопленка с нанесенной на ней сбоку фонограммой – фотографией звука».

Регулярно оперативная звукозапись стала использоваться при подготовке передач с 1936 года – с момента внедрения аппарата механической записи звука конструкции инженера Шорина. (Кинопленка, склеенная в кольцо, перемещалась мимо резца, соединенного с рупором, – разновидность грамзаписи. С каждым оборотом пленочного кольца резец смещался ниже, пока не была использована вся ширина пленки. Воспроизведение – обратным образом. Монтаж был невозможен.) Вскоре открылись первые курсы звукооператоров, на которых занималось около 50 человек из всех местных радиокомитетов страны.

В 1940 году появились репортажные шоринофоны. Это были еще несовершенные аппараты, но они намного расширили возможность применения механической записи на радио. Эту возможность быстро реализовали репортеры «Последних известий». Серия репортажных передач с применением звукозаписей была осуществлена во время Великой Отечественной войны – ценнейшие звуковые документы этого периода часто включаются в передачи разных редакций и по сей день. В конце 30-х годов началось использование звукозаписи для фиксации на пленке театральных спектаклей. В 1939 году осуществляется запись спектаклей МХАТа «Анна Каренина» и «Горе от ума», положившая начало «золотому» фонду Всесоюзного радио.

Однако все это были лишь отдельные эпизоды в практике непосредственного (так называемого «живого») вещания. Основой технической оснащенности вещания звукозапись стала лишь в первые послевоенные годы, когда из Германии были вывезены магнитофоны и запасы пленки. «К концу 1946 года значительное большинство программ по всем редакциям радио шли в эфир в записи на пленку», – свидетельствует тогдашний руководитель Радиокомитета.

Внедрение магнитофонной записи означало переход от непосредственного («живого») вещания к фиксированному, что открывало перед радиожурналистикой новые возможности. Предварительная фиксация радиосообщения на магнитофонной пленке изменяла его эстетическую природу, придавая ему качественно новые характеристики.

Прежде всего это касается отражения времени и пространства в структуре радиосообщения. Продолжительность прямого репортажа – так большинство исследователей называют репортаж с места события, совпадающий по времени с моментом самого события и идущий непосредственно в эфир, – буквально равна тому отрезку времени, который это событие или его часть занимает в реальной действительности. В репортаже, фиксированном на пленке, существует возможность выключить слушателя из реального течения времени монтажной сменой звуковых картин, прессуя время или растягивая его в сознании слушателя. Точно так же монтажная смена звуковых картин

способна выключить слушателя и из реального пространства, ибо возможные при монтаже радиосообщения, фиксированного на пленке, переброски места действия создают в восприятии слушателя некое условное пространство, не ограниченное рамками какой-либо конкретной территории.

Проиллюстрируем это следующим примером. Рассказ о машиностроительном заводе, выпускающем тягачи, был построен как серия микрорепортажей из разных точек планеты, где работают машины с маркой этого завода. Зимовка в Антарктике и поселок геологов в Обской губе, джунгли Вьетнама и красноярская тайга, песчаный карьер в Таврии и горная дорога на Памире – географические точки, откуда журналисты вели свое повествование, записанное на пленку. А драматургическим стержнем всего репортажа стал рассказ водителя-механика, испытывающего новую марку тягача.

Рассказ этот был записан на заводском полигоне, однако заводские «производственные» шумы в это радиосообщение не были включены. Аудитория слышала лишь, как по-разному звучат моторы и гусеницы в различных по месту действия звуковых фрагментах. При этом голос интервьюируемого и репортера-ведущего не просто стыковался с текстом и звуковыми картинами, запечатленными в разных концах света, но в необходимых по композиции местах накладывался на них. Таким образом пространственная точка, из которой велся репортаж, оказалась сугубо условной, но эта условность не только не мешала репортеру, а помогла ему вместить дополнительную информацию в то реальное время, которое было отведено для радиосообщения.

Время события, отраженного в этом репортаже, также было условным, ибо за 12 минут, которые продолжалось радиосообщение, в восприятии слушателя были спрессованы факты, в реальной жизни занимавшие разные отрезки времени – от нескольких минут до нескольких лет.

Подобные временные и пространственные сдвиги в восприятии информации углубляют философское осмысление действительности, что в конечном результате и является одной из основных целей автора передачи.

В принципе разложение времени и пространства, их транс-Формация, вызванная возможностями монтажа, не является привилегией только радио. Это довольно обычное явление и в литературе, и в театре, и в кино. Но именно для радио трансформация времени и пространства особенно органична, ибо стремительно монтажно само наше мышление, оно монтажнее, чем всякое зримое действие. Если бы автор попытался подчинить зрительный ряд театрального спектакля или кинофильма монтажной логике непосредственного мышления, зритель столкнулся бы с хаосом, не поддающимся восприятию и осмыслению. Радио в силу обращения, прежде всего к воображению человека, к его мышлению более мобильно, и потому обратимость времени и пространства ему свойственны в большей мере, чем театру или даже кинематографу.

Однако сам принцип монтажа как способа создания условного времени и пространства заимствован радио у театра и кинематографа в силу исторической последовательности научно-технического оснащения современных искусств и средств массовой коммуникации. При этом, заимствуя способ творческой технологии, радио не могло не перенять и эстетических закономерностей, которые несла с собой эта новая технология.

Театр и кинематограф условны по своей природе, ибо представляют собой не саму реальную действительность, а лишь ее отражение в образах. Отказ от условности в театре и в кино ведет к механическому воспроизведению явлений жизни, к натурализму. То же происходит и на радио, ибо здесь мы имеем дело с отражением реальной действительности в звуках, ее характеризующих. С этой позиции мы рассматривали появление звукозаписи как возможности не столько для демонстрации жизни в подлинных формах ее звуковой реальности, сколько для осмысления и обобщения жизненных явлений в звуковых образах.

В процессе работы над передачей автор обращается чаще всего именно к тем стилеобразующим средствам, которые способны стать *организующим началом* эмоциональной среды данного конкретного радиосообщения. А наибольшие возможности в

этом смысле предоставляет **акустический монтаж.** Так мы называем технический процесс, позволяющий соединять на пленке отдельные звуковые элементы или звуковые фрагменты радиосообщения в целостную композицию; под акустическим монтажом мы понимаем также систему взаимосвязей содержания и звуковой структуры – систему, выполняющую функцию драматургической конструкции.

Монтаж есть прежде всего выражение идеологических и эстетических позиций автора, метод его художественного мышления, творческого осмысления действительности. В этой связи следует заметить, что суть того или иного жизненного эпизода, запечатленного на магнитофонной пленке, может существенно изменяться в зависимости от монтажного контекста.

В передачу об истории одного из уральских заводов был включен фрагмент репортажа, записанного в 1943 году, о 15-летней девочке, пришедшей в кузнечный цех и проработавшей там много лет. Передача была посвящена лучшим людям индустриального Урала. Рассказ о женщине-кузнеце, овладевшей мастерством лесковского Левши, сопровождала бравурная музыка, он звучал мажорно, несмотря на то, что повествовал о трудностях, которые ей приходилось преодолевать, особенно на первых порах.

Репортаж начинался и заканчивался такими словами героини, произнесенными много лет спустя после описываемых событий: «И вот уже 25 лет прихожу я в свой кузнечный цех, встаю к многотонному молоту, и огромные раскаленные металлические болванки превращаются в детали теперь уже мирных машин».

Этот же звуковой фрагмент получил совсем иную эмоциональную окраску, будучи включенным в другую передачу – о детях, которых война лишила детства, позвав их в фабричные цеха заменить отцов и матерей. Репортаж из 1943 года, прокомментированный его героиней спустя 25 лет, превратился в страстный и гневный антифашистский документ, который шел после музыки, трагической по своему настрою.

И, наконец, еще один смысловой и эмоциональный оттенок тот же самый звуковой фрагмент получил, когда был использован в передаче критического характера. Радиожурналист, готовивший программу о нравственных аспектах нашей экономики и проблемах трудового воспитания молодежи, вместо мажорного марша (как в первом случае) продолжил его беседой с руководителем предприятия, которому задал вопрос: а так ли уж необходимо немолодой женщине спустя несколько десятилетий после войны по-прежнему «вставать к многотонному молоту и огромные раскаленные металлические болванки превращать в детали»? А перед тем как задать этот вопрос, встык с пленкой 1943 года журналист смонтировал короткий репортаж из дома героини, где прозвучал голос ее внука: «Бабушка у меня добрая, а со мной совсем не играет, устает очень на работе...»

В практике современного вещания завершающая часть работы над радиосообщением часто проходит в аппаратной и представляет собой процесс творческого осмысления и обработки звукозаписей, произведенных на этапах, предшествующих окончательному монтажу. Отсюда и та драматургическая роль, которую неизбежно выполняет монтаж, особенно в передачах, где предварительная сценарная разработка представляет собой в основном конспект содержания. Чаще всего так бывает при подготовке информационно-публицистических радиосообщений. При этом заранее задуманная журналистом форма часто меняется под воздействием требований, которые выдвигает логика монтажа и звуковая совместимость отдельных эпизодов – форма и функция взаимообусловливают друг друга, – и в таком изменении первоначального журналистского замысла проявляется диалектичность, присущая процессу осмысления действительности.

Монтаж как способ художественной организации фактического материала используется и в прямом эфире – в передачах, которые посвящены ныне главным образом массовым торжествам по тому или иному поводу или, напротив, событиям трагического характера, затрагивающим интересы широких слоев населения. Вот как строилась радиопрограмма о захоронении останков российского императора Николая II летом 1998 года:

11.30–11.35. Репортаж из Петропавловской крепости. Толпа людей на подступах к собору.

11.35–11.43. Репортаж с аэродрома, где приземляется самолет Президента Российской Федерации.

11.44–11.50. Петропавловская крепость. Интервью с иностранными гостями, собирающимися на похороны.

11.50–11.55. Улицы Санкт-Петербурга, репортаж о проезде президентского кортежа.

11.55–12.05. Репортаж с улицы Екатеринбурга. Выступление историка, который занимался поисками захоронении императора Николая Второго и членов его семьи.

12.05–12.15. Репортаж с улиц Санкт-Петербурга о том, как президент едет на похороны.

12.15–12.22. Выступление одного из членов императорской фамилии.

12.15–12.23. Репортаж из Москвы, из зала Дворянского собрания.

12.25–12.30. Репортаж из подмосковного села, где установлен памятник Николаю II. Выступление скульптора – автора памятника.

12.30–12.35. Репортаж из Петропавловской крепости о прибытии президента и начале церемонии... и т.д.

Таким образом, радиослушатель знал, что в данную минуту конкретно происходит на площади Петропавловской крепости и вместе с тем совершал радиопутешествие по стране.

В данном случае мы имеем дело с традиционным, наиболее простым и, очевидно, потому и наиболее часто встречающимся в практике видом монтажа – **параллельным монтажом,** где объединение событий различных по времени и месту происходит главным образом в зависимости от желания автора; звуковые фрагменты сами по себе не имеют директивной власти с точки зрения последовательности их включения в ткань радиосообщения.

Показателен в этом смысле репортаж с космодрома о запуске космического корабля «Союз-22» с экипажем на борту. Время, предоставленное для репортажа, было реальным временем, которое проходит от момента команды «Объявляется пятиминутная готовность» и до доклада об отделении космического корабля от ракеты-носителя.

В нашем примере это были 20 минут, которые и должен был заполнить в эфире журналист. Он привез с собой на полигон шесть предварительно подготовленных звуковых фрагментов: беседу с участниками полета, запись прощания их с родственниками, короткий репортаж с одной из тренировок, документальную запись одного из выступлений Ю.А. Гагарина и др. По ходу репортажа (передача не шла прямо в эфир, а записывалась на пленку, но для корреспондента условия работы были те же, что и при непосредственном вещании) журналист включал эти записи в свой рассказ. При этом последовательность включения одного из нескольких магнитофонов с той или иной пленкой определялась им на ходу, интуитивно, в зависимости от ситуации на космодроме и в космосе. В результате из шести заранее заготовленных звукозаписей в репортаж вошли только четыре, одна запись была повторена дважды.

Параллельный акустический монтаж не требует четко выстроенной звуковой монтажной фразы. В отличие от него **последовательный монтаж** как раз и заключается в построении четко развивающегося смыслового и эмоционально завершенного звукового фрагмента, сохраняющего самостоятельность и внутреннюю присущую ему логику и вне контекста всего радиосообщения. Аналогом радийной звуковой монтажной фразы в кинематографе следует считать такую структурную единицу, как эпизод.

В кинематографе монтажная фраза состоит из монтажных элементов и в завершенном виде представляет их чередование. Каждый из этих элементов является самостоятельным кадром. Например, лицо женщины, поезд, плачущий ребенок, фигура мужчины за окном вагона, гнущиеся от ветра деревья – все эти кадры, ритмически чередуясь, и составят монтажную фразу. Очевидно, что такая монтажная фраза сама по себе может:

а) представлять сценарный эпизод;

б) входить в сценарный эпизод как его часть;

в) включать в себя несколько сценарных эпизодов в зависимости от последовательности чередования отдельных кадров. «Сценарный эпизод может состоять из

нескольких монтажных фраз или, наоборот, несколько эпизодов могут уложиться в одну большую монтажную фразу», – пишет С.И. Юткевич.

На радио звуковая монтажная фраза всегда равнозначна завершенному сценарному эпизоду. Составляющие ее звуковые элементы могут самостоятельно нести сюжетную нагрузку, но не способны каждый в отдельности сформировать у слушателя полное представление о событии, завершенном в своем драматургическом развитии; такую функцию они способны выполнить лишь в сочетании друг с другом. Будучи же завершенной, звуковая монтажная фраза вызывает у слушателя комплекс ассоциаций, позволяющих ему представить зрительно событие, о котором идет речь, смена ассоциаций тем самым означает для него переход к новому эпизоду действия.

При последовательном акустическом монтаже особое значение приобретает смысловой и звуковой контрапункт, ассоциативным ходом возбуждающий фантазию, чувства и разум слушателя.

Обратимся к примеру, взятому из передачи на тему Великой Отечественной войны. В распоряжении журналиста помимо письменных источников были и звуковые документы, музыка, записанные голоса актеров и голос диктора Ю.Б. Левитана, вызывающий у миллионов слушателей круг вполне определенных ассоциаций, словом, весьма разнохарактерные звуковые элементы.

Вот как сложилась монтажная фраза при последовательном акустическом монтаже.

(Звучит фашистский марш.)

Женский голос (по-немецки, перевод накладывается на немецкий текст).

(Баронесса Ольдергаузен – сыну Куно фон Олъдергаузену.) Вы теперь вступите в плодоносные края, где, может быть, не встретите никакого сопротивления. Присмотри жеребцов для наших конюшен, и хорошо бы попасть на большой склад меховых манто...

(Продолжает звучать фашистский марш.)

Второй женский голос (по-немецки, перевод накладывается на немецкий текст).

(Гертруда Голъмен из Аахена – своему жениху Густаву Рейзенбергу.)

Русские все равно тупы и не понимают радостей жизни. Зачем им красивые вещи? Пришли мне розового шелка на блузочку и на рубашонку. Это моя давнишняя мечта...

(Продолжает звучать фашистский марш.)

Третий женский голос (по-немецки, перевод накладывается на немецкий текст).

(Фрау Кайгефер – мужу на Восточный фронт.)

Говорят, русские стали драться. Трудно себе представить, чтобы такой невоспитанный народ требовал от нас жертв. Но надо его раз и навсегда выкинуть из мировой истории.

Посылку с веником и шваброй получила. В следующий раз пришли: 1. Свиной окорок. 2. Беличью шубку. 3. Шелковые чулки 16 пар, можно поношенных, только без крови, как в прошлый раз... *(Продолжает звучать фашистский марш.)*

Голос Левитана. Виктор Абрамов, деревня Городня Свердловского района.

Голос Абрамова

(документальная запись).

Старосту нашего Козлова и его соседа Никифорова обвинили в связи с партизанами. Расстреляли их. А маленькую дочку Никифорова засыпали живьем в большой воронке. Когда первую лопату земли кинули, она как закричит: «Дяденьки, зачем мне в глаза песок сыплете?» Хозяйство их разграбили: у Никифоровой хорошее пальто было, с беличьим воротником – перед самой войной справила, – так это пальто тот эсэсовец, что дочку ихнюю засыпал, сразу в пакет и адрес написал...

(Продолжает звучать фашистский марш. На него накладывается голос Левитана.)

Голос Левитана. Рива Краснюк, город Черновцы.

Голос Краснюк

(документальная запись).

Немцы пришли в наш родильный дом и потребовали отдать им все постельное белье и всю одежду матерей и рожениц. Главврач Вера Сергеевна спросила: «А как же они сами?» Вместо ответа высокий фашист в черном мундире выстрелил в главврача Веру Сергеевну и рассмеялся: «Им она больше не понадобится».

А второй взял новорожденных малышек и стал убивать их – головкой об стенку. Одного за одним... Больше я не помню ничего. Меня, наверное, тоже убили...

(Продолжает греметь фашистский марш.)

Экспрессия процитированного фрагмента возникает, с одной стороны, за счет контрастного сочетания высказываний лиц, имеющих противоположные представления о нравственности, с другой – вследствие столкновения различных интонационных характеристик и голосовых данных, с третьей – из контрапункта смыслового посыла текста и характера музыки. Соединение бодрого марша с интонационно бледными, бесцветными голосами подлинных участников событий (пленка зафиксировала эту безучастность, вызванную психическим срывом) создало взрывной эффект, безусловно, оказывающий огромное воздействие на слушателя.

Заметим, что каждый из элементов, составляющих рассматриваемую акустическую монтажную фразу, может быть использован самостоятельно или в количественно меньшем сочетании с другими элементами для создания подобного эмоционального эффекта у слушателей. Социально-психологическая установка аудитории стимулирует в данном случае необходимое для коммуникатора восприятие. Однако с такой же очевидностью можно утверждать, что сила эмоционального воздействия во втором случае будет намного ниже.

В теории кинематографического монтажа существует такое понятие, как «метод столкновения». В приведенном примере акустического монтажа нетрудно увидеть явление аналогичного характера: столкновение разнохарактерных элементов имеет своей целью создание драматургической композиции, где функцию непосредственной организации материала выполняет ритм.

Ритм процитированного фрагмента, как и ритм передачи в целом, возникает не сам по себе. Он продиктован не ритмом отдельных звуковых элементов (это фактор важный, но подчиненный), а общим идейно-художественным замыслом автора передачи. Ритмически, т.е. монтажно, журналист должен ощущать будущую передачу уже на стадии ее сценарной разработки. В идеале запись или подбор того или иного звукового элемента передачи должны проводиться в соответствии со «звуковым видением» автора, включающим в себя не только звуковые характеристики будущего радиосообщения, но и его ритмическую конструкцию. В противном случае это приведет к тому, что многие ценные звукозаписи, сделанные в процессе подготовки к монтажу, окажутся лишними на завершающем этапе работы, ибо как отдельные части они не складываются в целое и разрушают темпо-ритмическое единство радиопередачи.

Выше мы уже обращали внимание на разность звуковой фактуры текстовых и музыкальных элементов процитированного фрагмента из передачи о войне. Остановимся на этом подробнее.

С момента появления оперативной звукозаписи и монтажа как двух основных этапов подготовки радиосообщения не прекращались споры о принципах совместимости различных звуковых элементов. Речь, прежде всего, шла о том, что различие в звучании отдельных частей передачи позволяет соединять их не непосредственно друг с другом, а лишь через соответствующее дикторское пояснение.

Тот факт, что в этом случае неизбежно возникали замедленный ритм, однообразие интонаций и как следствие снижался эмоциональный посыл радиосообщения, сторонников указанной точки зрения не смущал. Они рассматривали монтаж лишь как техническое средство для соединения в одной передаче звуковой информации «однотонного характера».

Отсюда возникла целая теория, ставившая под сомнение вообще необходимость монтажа как творческого процесса. Она получила и идеологическую поддержку: использование художественных методов и приемов в радиодокументалистике объявлялось стремлением подменить факты реальной действительности вымыслом и тем самым исказить правдивый характер журналистики. Теория эта была достаточно широко распространена в практике на рубеже 40–60-х годов, хотя формально официальные документы прокламировали «необходимость поиска новых художественных средств,

помогающих... более яркому отображению высоких идейных и моральных качеств советских людей, их трудовых подвигов» и т.п.

Но даже от такого формального поощрения творческого поиска была определенная польза: легче было бороться с цензурными претензиями официальных представителей Главлита и со страхом собственного начальства. Наиболее талантливые и ответственно относящиеся к своей работе репортеры и корреспонденты понимали, что разнообразие материалов, используемых ими в рамках цикловых программ и отдельных передач, настоятельно требовало смелости монтажного мышления, без которого важные акции в эфире превращались в унылое и однообразное словоговорение. Они понимали также, что каждая их программа должна была синтезировать, вбирать в себя самые разные компоненты вещания.

Такое понимание давало силы журналистам и помогало им добиваться успеха. В качестве примера обратимся к передаче о строительстве Братской ГЭС, которая в 60-е годы на Всесоюзном конкурсе радиожурналистов была удостоена диплома первой степени.

Один из эпизодов этой передачи включал в себя репортаж о перекрытии Ангары. Звуковой контрапункт рождался из сопоставления двух записей: громоподобного шума Падунского порога до его перекрытия и плеска волн на месте бывшего Падуна после перекрытия.

Две записи, сделанные «на натуре», в реальности разделяли двенадцать часов; в эфире же они «сталкивались» без временного промежутка. Кроме этих звуковых элементов журналист использовал в своем монтаже звукозаписи, выполненные совсем в другое время, в другом месте и по другим поводам: гудок парохода на Братском водохранилище (что было крайне условным приемом, так как, разумеется, никакие пароходы сразу же после перекрытия водохранилища ходить не могли); шум пожара – запись, сделанная во время уничтожения старого Братска; старинную народную песню; митинг, посвященный завершению одного из этапов строительства; а также текст научного комментария. Все эти элементы были введены в ткань передачи без каких бы то ни было специальных подводок, методом, который в кинематографии получил название «коллажный монтаж», с тем чтобы полифонией звуков наиболее образно отразить философскую, а не только бытовую многомерность события.

Метод **акустического коллажа** (т.е. соединение разнофактур-ных звуковых элементов), завоевавший прочные позиции в радиожурналистике с середины 60-х годов, оказался одним из самых современных и мощных средств логического и эмоционального воздействия на слушателя, ибо создавал максимально благоприятные условия для возбуждения широкого круга ассоциаций в его воображении. Коллаж пришел в радиожурналистику из театра и кинематографии, где он означал «причудливое переплетение лозунгов, цитат, портретов, газетных вырезок, фотографий, рабочих моментов съемки, подражаний телеинтервью и собственно игровых сцен... с целью синтетического осмысления действительности».

Отражение всех указанных компонентов в звуке вне визуального ряда могло бы привести к звуковому хаосу и фонетической бессмыслице, если бы речь шла о фактографическом отражении материальных явлений, а не о создании обобщенного (выраставшего иногда до символа) социально-философского представления о целом комплексе явлений, нашедших отражение в конкретном событии. Эта новая единая реальность, возникшая в результате акустического коллажа, является целостным выражением философских, эстетических и этических воззрений коммуникатора.

Так, приведенный выше пример акустической монтажной фразы, организованной методом коллажа (в передаче о Великой Отечественной войне), есть выражение социально-политической и идейно-эстетической концепций автора, в обобщенной форме звукового символа представившего античеловеческую сущность фашизма, нравственное растление носителей его идеологии и тем самым опосредованно показавшего значение великого подвига, совершенного в этой войне народами и армией нашей страны.

Разнообразие способов изложения отдельных элементов коллажа, безусловно, не имеет пределов, ибо речь идет не о готовой математической формуле, а о творческом постижении внутренних духовных и художественных ресурсов фактического материала, запечатленного в звуке. Актуальность любого фактического материала лишена непрерывности во времени, она возникает из потребностей общества, и то, что ранее казалось безвозвратно непригодным, часто возвращается в качестве необходимого художественного и идеологического аргумента.

История учит, что всякое событие, запечатленное в звуке или в письменной форме, представляет собой документ или художественное произведение, которое продолжает жить благодаря своим метаморфозам и в той степени, в какой оно могло выдержать тысячи превращений и толкований. Оно черпает жизнеспособность в некоем качестве, от автора не зависящем и обязанном не ему, но его эпохе или народу, качестве, обретающем ценность благодаря переменам, которые претерпевают эпоха или народ.

Таким образом, вопрос целесообразности использования того или иного звукового или текстового элемента в радиопередаче – это всегда вопрос его концептуальной транскрипции, т.е., иначе говоря, он всегда обусловлен журналистской задачей.

Документ и обобщение в структуре радиопередач

Документальная запись, включающая, как уже говорилось, человеческую речь, музыку и шумы, отражающие реальную звуковую атмосферу жизни в том или ином конкретном месте, в то или иное конкретное время, выступает в радиожурналистике сразу в двух ипостасях.

Во-первых, как выразительное средство, как краски с журналистской палитры, помогающие корреспонденту радио рассказать с возможной полнотой об этом событии, передать его психологическую атмосферу, акцентировать внимание на том или ином обстоятельстве времени, места и действия.

Во-вторых, всякая документальная запись является фонодокументом, выступающим самостоятельным или дополнительным аргументом для доказательства подлинности фактического материала передачи.

Широко известно утверждение знаменитого немецкого журналиста Герхарда Шойманна: «Часто используемая репортерами фраза "Я здесь со своим микрофоном..." заключает в себе всю волнующую тайну радио, ибо микрофон гарантирует: да, это было так, а не иначе».

Никаких сомнений в справедливости этого утверждения нет. Безусловно, звуковое воссоздание фактов реальной жизни позволяет полнее и ярче представить картину события. Кроме того, поскольку эти факты зафиксированы звукозаписывающим устройством в момент их совершения, они и воспроизводятся в звуковом документе с большей объективностью, чем в любом другом виде документальных материалов. При этом не имеет принципиального значения (если речь идет лишь о достоверности в радиожурналистике) то обстоятельство, что событие отражается в звуковом документе не всегда полностью, а чаще всего отдельными деталями, связанными между собой внутренним единством, а не обязательной последовательностью.

Таким образом, при анализе возможностей использования фонодокумента в передаче в первую очередь, как правило, говорят о юридическом аспекте подлинности зафиксированных им событий и затем о способности эмоционально подчинить аудиторию.

Однако такая точка зрения на фонодокумент представляется несколько упрощенной. Ведь документальная запись, равно как и письменный документ, способна составлять в структуре радиосообщения сюжетно-смысловой стержень, или, иначе говоря, выполнять функцию основного структурообразующего элемента.

На современном этапе развития массового вещания использование письменных документов и фонодокументов в качестве основы сюжетно-смысловой конструкции радиосообщения как раз и стало одним из ведущих средств творческой организации материала.

Остановимся сначала на формах использования текстовых документов. Наиболее простая из них – введение в ткань передачи без каких бы то ни было изменений текста и композиции всего радиосообщения. Например, в репортаж о пуске новой АЭС журналист включает отрывки из нескольких государственных постановлений, принятых на различных этапах электрификации страны. Умело и точно вмонтированные, эти документы, прочитанные диктором, а не репортером, придадут событию историческую масштабность.

Подобных примеров сегодня много. Упреки авторам таких репортажей в эклектике – они, дескать, разрушают «чистоту жанра» – не кажутся нам правомерными. Прием, использовавшийся прежде в радиокомпозиции, не разрушает репортаж, но обогащает его; эволюция любого жанра – во взаимном обогащении другими жанрами.

В рассмотренном репортаже об АЭС текстовые документы явились дополнением к рассказу журналиста. Но бывает и наоборот, когда один, а чаще серия текстовых документов составляют смысл и сюжетную основу всей передачи (как правило, по форме представляющей одну из разновидностей жанра радиокомпозиции). В этом случае авторские обобщения, репортажные записи, музыка и т.д. несут дополнительную нагрузку, документ же полностью выполняет функцию структурообразующего смыслового элемента. Наиболее известный пример – историческая хроника, посвященная рассказу о революции 1917 года, цикл из нескольких десятков радиопередач, неоднократно повторяемый в эфире. Тексты постановлений и директив, приказов, донесений и рапортов, телеграммы, письма, стенограммы заседаний и переговоров и т.д. и т.п., в которых отражены события 1917 года, были собраны в определенной последовательности и составили композицию как каждой передачи в отдельности, так и всего цикла. Небольшие авторские комментарии, короткие беседы с участниками событий, несколько игровых сцен и музыкальные фрагменты лишь усиливали эмоциональное впечатление, которое создавалось самими документами.

В конце 60-х годов в среде радиожурналистов получила хождение и активное воплощение в практике (в частности, на эстонском радио) теория так называемого *«параллельного сюжета»*. Смысл ее был в следующем: композиция радиосообщений выстраивалась как две непересекающиеся самостоятельные сюжетно завершенные линии, одна из которых полностью состояла из текстов документов, а другая – из комментариев, игровых эпизодов и т.д. Использование параллельного сюжета, как отмечал популярный мастер радио Ивар Триккель, дало хорошие результаты в репортажах, очерках и радиорассказах, но наиболее часто к нему прибегали в радиокомпозициях.

До сих пор речь шла о непосредственном введении документа в радиопередачу без каких-либо его трансформаций. Гораздо чаще в современном вещании документ используется опосредованно, как основа, во-первых, авторского комментария, публицистического выступления, беседы (опять-таки в сочетании с музыкой и игровыми элементами), а во-вторых, инсценированного действия.

В первом случае мы имеем дело с методикой, которая аналогична построению уже упомянутого параллельного сюжета. Развивая тему передачи в документально-публицистической беседе, можно одновременно вести литературный сюжет с вымышленными лицами. По такому принципу были построены многие передачи на исторические темы в конце 60-х – начале 70-х годов. Это был период, когда после разоблачения культа личности Сталина восстанавливались многие несправедливо забытые события и имена подлинной истории Российского государства. Радио не сразу оказалось готовым к восполнению искусственно образовавшихся «белых пятен», но когда наконец оно созрело для этой работы, то принялось за нее активно и с использованием своих богатых выразительных возможностей. Например, в передаче о февральской революции 1917 года и обстановке, сложившейся после нее в России, действовали два вымышленных

героя, приехавших в Петроград, – один из провинциального городка, другой из деревни. Их наблюдения и бытовые жизненные ситуации, в которые они попадали, комментировал по ходу передачи реальный персонаж – видный историк. Его выступление было построено главным образом на текстах документов того времени.

Однако наибольшее распространение в современном вещании текстовой документ получил в качестве основы для инсценировки, где подлинный фактический материал неразрывно соседствует с авторским домыслом. В этом случае мы имеем дело с передачей, в которой сохраняются имена участников описываемых событий, но в сюжетную канву наряду с подлинными ситуациями, фактами и событиями могут быть включены эпизоды (а иногда и персонажи), вымышленные автором.

Непременное условие такой передачи – наличие в ее структуре текстового документа в его первозданном виде, что, собственно, и отличает ее от традиционного литературного произведения, относимого к разряду исторических новелл или пьес.

По такому принципу были построены, к примеру, цикл радиобиографий выдающихся политических и культурных деятелей России и мира, осуществленный на Всесоюзном радио в 60–70-е годы, многие публицистические и образовательные программы радиостанции «Юность». Наиболее показательной в этом смысле представляется серия программ на научно-просветительские темы, включавшая в себя радиосообщения разных жанров: очерки, рассказы, композиции, пьесы; они были посвящены самым разнообразным событиям истории науки и ее современным достижениям – от путешествия Афанасия Никитина до проблем современной генетики, от биографии Галилея до системы тренировок испытателей космических кораблей. Но во всех этих передачах выдерживался единый принцип: все, о чем рассказывалось, было строго документировано, достоверность всего происходящего в эфире подтверждалась максимально возможной четкостью в датировке события и точностью в цитировании существующих письменных материалов, свидетельствующих об этом событии и его главных участниках.

В то же время «как вид передач, находящийся на грани документального и художественного, он (очерк. – *Ред.),* не допуская отступления от твердо установленных фактов, невозможен без домысла», указывал один из ведущих авторов радиосерии Р. Глиер. Домысел касался, как правило, описания малоизвестных исторических обстоятельств, в которых происходило событие, и выражался также во введении вымышленных второстепенных персонажей, которые помогали более четко прояснить авторскую концепцию. Нельзя было, к примеру, волей журналиста приписать уральским умельцам Черепановым создание парохода, но, основываясь на исторических фактах, воспоминаниях очевидцев и других данных, можно было домыслить разговор, который Черепановы вели с неким вельможей, заинтересовавшимся их проектом паровозного котла, и атмосферу приема, оказанного изобретателям.

Мера допустимого вымысла в каждой передаче определялась многими факторами: темой, сутью научного открытия, о котором шла речь, характером фактического материала, оказавшегося в распоряжении автора. Многие исследователи отмечают, что в практике современных средств массовой информации и пропаганды документ не находится в антагонизме с художественной фантазией, поскольку он утверждается не только за счет насыщения фактами традиционных форм, но и путем развития самостоятельных документальных жанров. Таким новым жанром, в основе которого лежит инсценированный текстовой документ, является документальная драма, получившая распространение во всех видах вещания.

Документ утверждался как драматургическая основа передачи. Причем в «хорошие» для радио годы, когда оно не боялось аудитории, а шло ей навстречу, методом проверки достоверности журналистского поиска было первое прослушивание передачи в кругу людей, о которых и шел рассказ. Так, программу «Подарок Наркома» по сценарию А. Пахомова и Л. Митрофанова предваряло объявление, что она создана по просьбе рабочих Новокраматорского машиностроительного завода, и сдача ее «заказчику» происходила

прямо на комбинате. Не нужно было придумывать конфликты – сама жизнь, действительная история рабочего коллектива содержали их в таком избытке, что журналистам требовалось лишь определенным образом организовать этот жизненный материал в единую композицию. Достоверность – и текстовая, и звуковая, и интонационная, основанная на скрупулезном исследовании подлинных событий, – обусловила успех. Подобное обращение к фактам получило развитие в целом ряде передач, посвященных волжским речникам, строителям одного из крупнейших химических комбинатов в Сибири, людям, возводившим Токтогульскую ГЭС. Основу этих и аналогичных радиопрограмм составляли рассказы реальных участников, а их имена были сохранены в передачах.

Стилистика документальной драмы всегда с наибольшим успехом завоевывала позиции в «криминальных» сюжетах. Так, в молодежном вещании появилась передача, в основе которой оказалось достаточно типичное уголовное дело: школьница обвинялась в нападении на пожилую женщину «с целью похищения сумочки». Девочка была избалована родителями, слишком занятыми своей работой, чтобы обращать внимание на воспитание дочери. Но к концу следствия (и к концу передачи) выяснилось, что преступление это она взяла на себя из любви к молодому человеку, который оказался опытным уголовным преступником.

В передаче нет массовых сцен. С юридической точностью воспроизведены допросы, очные ставки, беседы следователя с учителями и друзьями обвиняемой. Все диалоги строго соответствуют стенограммам, протоколам и звукозаписям, сделанным в процессе расследования подлинного уголовного дела (по вполне понятным причинам были изменены фамилии участников, но мера достоверности от этого не пострадала). Домыслены журналистами лишь размышления следователя, его монологи. Разумеется, в те дни, когда следователь вел дело, никакие свои размышления на пленку он не записывал. Они появились позже как результат длительных диалогов с авторами передачи. Потом «свои» тексты журналисты вымонтировали, а ответы следователя составили сюжет программы.

Отдельное направление в использовании письменного документа – инсценирование писем. Эта форма получила свое рождение и первоначальное развитие в 70–80-е годы на Всесоюзном радио в передаче радиостанции «Юность» «Час интересного письма», постоянными авторами и ведущими которой были журналисты Г. Ершова и В. Соколовская. Передача выходила в эфир по мере поступления в редакцию интересной и ценной корреспонденции, но не реже одного раза в месяц. По признанию авторов передачи, право на инсценировку получало то письмо, которое наиболее ярко отражало личность автора. «Это могло быть признание в любви к городу, своей профессии, работе или человеку; иногда не все письмо, а какая-то одна деталь, удачно найденная фраза или спорная мысль становится поводом для постановки проблемы, отправным моментом для дискуссии или стержнем комментария», – пишет В. Соколовская.

Для трансформации писем в этой передаче наиболее типичны два варианта.

Первый, когда текст письма не подвергается никаким изменениям, – творческая переработка материала заключается в интонационно-эмоциональной окраске, которую придает тексту актер-исполнитель, и введении музыки и шумов.

Второй вариант сценарной трансформации письма – диалог автора письма (его роль исполняет актер) и комментатора. В роли комментатора может выступать журналист или радиослушатель, чьи суждения, с точки зрения авторов передачи, более авторитетны и интересны.

Письмо Наташи Д. читал токарь Мытищинского машиностроительного завода Владимир Иванович Катречко. Читал и сопоставлял с фактами собственной биографии.

Актриса *(за Наташу).* ...В прошлом году окончила я десятилетку и надо было выбирать: учиться дальше или пойти работать. Планы с учебой провалились: не сдала приемные экзамены, а работы по душе не нашла.

Катречко. У меня не было возможности выбирать: учиться или работать. Надо было работать, помогать семье и вообще... чувствовать себя полезным человеком.

Актриса *(за Наташу)*. И вот до сих пор не работаю. Да и зачем бы я пошла работать? В семье моя зарплата не очень-то нужна. Живем мы неплохо, и какая-то сотня рублей погоды не сделает. И родители говорят: успеешь, еще наработаешься...

Катречко. Ну, для меня такие вещи звучат довольно странно!

Актриса *(за Наташу)*. Сижу дома и, знаете, не испытываю особых угрызений. Кому плохо от того, что я сижу у телевизора или хожу в кино?

Катречко *(иронически)*. Родители кормят...

В ряде передач диалог с автором письма ведет не реальный человек, а литературный персонаж. Авторы «Часа интересного письма» используют этот прием, чтобы придать диалогу сатирический, фельетонный оттенок. Так, в одной из передач письмо Ольги Н. звучало (текст был приведен без изменений) параллельно с отрывками из рассказа А.П. Чехова «Ванька Жуков». Передача называлась «На деревню бабушке».

Актер *(за Ваньку)*. ...Милый дедушка, Константин Макарыч. И пишу тебе письмо. Поздравляю вас с Рождеством и желаю тебе всего от Господа Бога. Нету у меня ни отца, ни маменьки, только ты один у меня остался...

Актриса *(за Ольгу)*. ...Так я живу, я у бабушки, потому что из дому ушла, поругалась с родителями. Надоели они мне, все с угрозами да с оговорами: «Не будешь учиться – пропадешь», «Ничего тебе не купим...»

Итак, мы определяем следующие наиболее распространенные способы включения текстового документа в передачу, а именно введение одного или нескольких документов:

– для придания содержанию передачи большей достоверности и масштабности;

– в качестве сюжетно-смысловой основы радиосообщения;

– в качестве одного из двух структурообразующих элементов (по принципу параллельного сюжета);

– в качестве материала для инсценирования.

Все вышеуказанные методы действительны и перспективны и для фотодокументов. Фонодокумент часто включается в радиосообщение, чтобы придать последнему особую эмоциональность и подчеркнуть историческую преемственность и важность события, о котором идет речь. Например, в репортаж о проводах новобранцев в армию включается фрагмент из записанных на пластинку выступлений легендарных маршалов И. С. Конева и К. К. Рокоссовского.

Один или несколько фонодокументов способны образовать главный структурообразующий элемент радиопередачи: составить ее сюжет. В качестве примера рассмотрим цикл передач «Подвиг народа», подготовленный к очередному юбилею Победы над фашистской Германией. Под этой рубрикой прозвучало несколько композиций, движение сюжета в которых обеспечивали звукозаписи времен Великой Отечественной войны.

Пример того же ряда – популярный радиоочерк Г. Шерговой «Солдатки», также построенный полностью на фотодокументах времен войны. Две совсем маленькие – по 20 секунд! – записи: письмо раненого солдата с фронта и репортаж о танковой атаке, сделанный прямо с «тридцатьчетверки»: «"Эстрада", "Эстрада", я "Гром", я "Гром", слева отдельное дерево – батарея гадов. Подавить. Батарея гадов. Подавить! Огонь!..»

А в качестве комментариев к ним – раздумья женщин, воевавших в тылу и на фронте, трактористок и пилотов, санитарок и сталеваров, кочегаров и дровосеков. Но говорят они не о работе, а о самом трудном, что выпадает на долю женщин в войне, – об ожидании. Так создается эмоциональный контрапункт передачи. Задача же ведущего – коротко и тактично представить эти записи, которые сами по себе составляют единое целое – коллективный портрет большой социальной группы.

Наиболее дискуссионен вопрос об использовании фотодокумента как материала для инсценирования. Процесс перевода звуковой фактуры в текст, с тем чтобы затем его исполняли актеры, кажется на первый взгляд неправомерным. Однако и такой процесс в определенных обстоятельствах не лишен смысла. К подобной форме использования

звукового документа приходится прибегать по причинам этического свойства, а также из-за плохого технического состояния материального носителя фотодокумента.

Обратимся к такому примеру. Известный радиожурналист Л. Маграчев работал над передачей о разведчике Милетии Малышеве. В его распоряжении был записанный на пленку рассказ самого Малышева. Однако этот рассказ касался событий настолько необычных и героических, что журналист не решился просто представить его слушателям, он задумал инсценировать его, чтобы не ставить своего героя в неловкое положение. В ходе передачи, когда настал момент рассказать о самом удивительном, что произошло с Малышевым, журналист прервал рассказ, сказав, что это, наверное, лучше представить в лицах с помощью артистов: «...наверное, все было вот так...» Началась инсценировка. А когда она кончилась, вдруг прозвучал голос самого Малышева: «Нет, не совсем так» – с последующим уточнением некоторых деталей. Один из слушателей написал в редакцию: «Парадокс, но таким способом включенная инсценировка действовала на меня больше и сильнее, чем сам звуковой документ».

Рассматривая художественную функцию письменного и звукового документа в структуре радиосообщения, следует отметить, что на практике они чаще всего сосуществуют вместе в ткани одной передачи. С конца 60-х, в 70–90-е годы в общественно-политическом вещании проявляет себя следующая тенденция: в структуре радиосообщения разнофактурные документы объединяются в свободной последовательности по принципу акустического коллажа. При этом самым перспективным с точки зрения наиболее активного выявления смысла чувств и фантазии аудитории оказывается непосредственное включение фонодокумента в инсценированный текстовой документ.

Возможности соединения фонодокумента с литературным текстом, построенным на письменном документе, безграничны – они определяются творческими пристрастиями журналиста, его трактовкой материала, его вкусом и мерой владения эстетикой и технологией монтажа.

Вот как, например, сталкиваются звуковой (текстовой) документ и игровая (т.е. исполняемая актерами) сцена в одной из передач, посвященной трудному периоду восстановления народного хозяйства после окончания гражданской войны.

Один из эпизодов программы построен следующим образом. В кабинете Г.М. Кржижановского идет обсуждение плана ГОЭЛРО – сцену, написанную на основе стенографического протокола заседания, играют артисты московских театров. Диалог прерывает звук работающего телеграфного аппарата. В бесстрастном дикторском чтении звучат подлинные телеграммы: «В Петрограде прекращена работа на 64 предприятиях», «Выдача хлеба по карточкам в Москве резко сокращена», «Вследствие недоедания в деревнях Курской губернии и губерниях Поволжья еженедельно умирают 15–20 семей» и т.д.

Стихает телеграфный аппарат и голоса дикторов – слушатель вновь оказывается в кабинете Кржижановского. Продолжается обсуждение плана ГОЭЛРО: один из участников сообщает о том, что летом 1920 года в Шатуре, возможно, состоится пуск временной электростанции на торфе мощностью 5 тыс. кВт.

Неожиданно начинает звучать музыка. Вместе с короткой репликой ведущего она переносит слушателя в другое время: «...пять тысяч киловатт. Спустя тридцать четыре года недалеко от Москвы начала работать первая в мире электростанция на атомной энергии. Ее мощность тоже пять тысяч киловатт. Академик Курчатов говорил...»

Затем идет пленка с записью голоса И.В. Курчатова – интервью в день открытия АЭС в Обнинске. Академик говорит о прозорливости, присущей ученым в 1920 году, когда были заложены не только основы отечественной энергетики, но и база для научных исследований, позволивших овладеть мирным атомом. Кончился фонодокумент – запись выступления Курчатова.

Подобная форма изложения насыщенного фактического материала расширяет кругозор слушателя, придает содержанию передачи историческую масштабность и

эмоциональную остроту, которой трудно было бы добиться простым чтением даже очень интересных, исторически важных письменных документов.

Как видно из вышесказанного, способы использования документа в структуре радиосообщения чрезвычайно разнообразны. Следует, однако, сделать крайне важное замечание. Художественную организацию материала вообще и обработку документа в процессе его включения в ткань радиопередачи, в частности, нельзя смешивать с встречающейся еще в практике подменой реальных событий вымышленными фактами и обстоятельствами. В этом случае искажается сам принцип документализма, лежащий в основе радиопублицистики. Инсценирование документа, т. е. восстановление фактов реальной действительности с помощью игровых сцен, как одно из средств структурной организации фактического материала не следует смешивать с попыткой отразить действительность с помощью вымысла, не имеющего документальной основы. Иначе говоря, документ может быть «разыгран», чтобы конкретный факт поднялся до обобщения, но вымысел не может выдаваться за документ.

ГЛАВА 4

ЖАНРЫ И ФОРМЫ РАДИОЖУРНАЛИСТИКИ

Понятие о жанре

Жанр – форма организации того или иного материала для решения конкретной творческой задачи. Это касается всех сфер творчества: музыки, театра, кино, живописи, литературы, в том числе и публицистики.

В основе любой деятельности лежит удовлетворение человеком его различных потребностей. Социальные потребности в информировании аудитории, в государственном, интеллектуальном управлении массами, в формировании отношения людей к миру рождают журналистику как средство отражения и формирования общественного мнения, воздействия с определенными целями на умы и чувства людей.

Поэтому главное в жанре – функция, его назначение. Но функция не существует сама по себе. Как только появляется задача, возникает и предмет, который она предопределяет и на который направлена, чтобы воплотиться. Поэтому мы будем говорить о функционально-предметном подходе к жанру.

Все безмерное многообразие видов человеческой деятельности (особенно практической, материализованной) осуществляется по одной модели, по единой «схеме». Предметы, окружающие нас, если это не часть природы, есть результат деятельности человека. Назначение вещи, ее функциональные особенности предопределяют с неизбежной закономерностью весь ход ее создания. Так и в журналистике, являющейся одной из разновидностей человеческой деятельности: любой жанр существует для выполнения определенной задачи. В каждом журналистском произведении «за кадром» остаются материал и методы работы. Содержание и форма готовой продукции демонстрируют путь их реализации.

Как только возникает задача, она сразу же предопределяет ход действий журналиста: поиск информации, набор определенных действий по ее сбору и обработке, операции для ее воспроизведения. В результате появляется определенный материал: содержание закрепляется в соответствующей задаче форме.

Разновидность задач рождает разновидности жанров: так, если необходимо не только взять информацию у человека, но и рассказать о нем, появляется *интервью-портрет;* получение сведений из разных источников на одну и ту же тему предполагает *интервью-анкету,* групповое интервью с компетентным официальным лицом – *пресс-конференцию.*

Чем сложнее задача стоит перед журналистом, тем сложнее и операции по ее выполнению: разработка темы, структура материала (объем, многообразие внутренних связей, различие формы авторского присутствия в тексте, формы обращенности к слушателю, разнообразие языковых и акустических средств).

Если работа по созданию многих бытовых вещей в основном конвейерная, а усовершенствования идут через появление новых материалов, новых инструментов, новых технологий, то работа журналиста творческая. Каменщик, строя дом, кладет кирпичи по установленной технологии, так же работают и монтажники железобетонных конструкций, бетонщики, маляры, слесари, столяры, выполняя свои функции. В журналистике каждый раз работу надо начинать по-новому, класть каждый «кирпич» в новый контекст фразы. Это

сказывается даже в хроникальных сообщениях, не говоря уже о сложных, синтетических жанрах. Очеркист пишет не о роботе, а о живом человеке, представляющем собой целую вселенную. В работе журналиста многое зависит от его одаренности, творческих установок, отношения к своему делу и, конечно же, от профессиональной подготовки.

Человек любой профессии пользуется опытом предшественников, без этого невозможно движение вперед. Знание признаков жанра, его специфики, возможностей работы над материалом не только сокращает и облегчает путь к достижению цели, но и делает его более плодотворным.

По мнению академика Д.С. Лихачева, «жанры живут не независимо друг от друга, а составляют определенную систему, которая меняется исторически».

Система жанров журналистики складывалась и развивалась в тесной связи с политической жизнью общества, в процессе освоения публицистикой своих возможностей, изменения ее задач.

Характерная особенность становления жанров радиожурналистики состоит в том, что эти процессы проходили сначала через освоение, а затем преодоление газетных форм подачи материала. К одному из промежуточных, но очень важных этапов этого развития нужно отнести радиогазету. Тесная связь вещательной программы 20-х годов с печатью определялась конкретными историческими условиями и задачами: с одной стороны, необходимостью вести пропаганду средствами радио среди широких масс, большинство которых было неграмотно, с другой – преемственностью газетного опыта и изменением этих форм в процессе освоения звуковых возможностей радиопублицистики. Так, в 1924–1928 годах, уже на первом этапе организации регулярного массового вещания в СССР, на радио наряду с жанрами, заимствованными из печати, были распространены беседы, лекции, доклады, формы устного речевого общения, как нельзя лучше отвечающие акустической природе радио (об этом подробно см. в главе I учебника).

На становление жанров радиожурналистики большое влияние оказывало также совершенствование вещательной техники. Появление в начале 30-х годов студийной звукозаписи дало новый толчок развитию их структурных и выразительных возможностей. Предварительное фиксирование фрагментов передачи расширяло возможности звуковой документалистики, особенно в сфере монтажа.

Используя жанры печати как основу, осваивая специфические возможности, обусловленные звуковой природой вещания, разрабатывая арсенал собственных выразительных средств, радиожурналистика создавала и совершенствовала систему своих жанров.

Однако не следует забывать, что жанры радиожурналистики в процессе развития испытывали влияние не только печати, но и устного речевого общения, устной пропаганды, театра, кино, а позднее и телевидения. И не всегда это было прямое, непосредственное влияние. Наличие соседних каналов массовой информации и пропаганды, различных видов искусства со своими средствами отображения действительности способствовало более активному поиску, использованию вещанием своих возможностей.

Целостную систему современных жанров радиожурналистики можно охарактеризовать как совокупность жанров, динамические связи которых, как внутренние, так и внешние, определяются:

– функционированием радиожурналистики в системе средств массовой информации и пропаганды;

– единым типом творчества – публицистическим; – акустическими особенностями коммуникационного канала;

– закономерностями внутреннего развития жанров, их взаимодействием.

Практика вещания последних десятилетий убедительно свидетельствует о том, что существовавшие ранее довольно четкие, чтобы не сказать жесткие, границы между различными жанрами постепенно все больше и больше стираются, и не только между жанрами «родственными»: интервью все чаще принимает вид беседы или «круглого стола»,

беседа – свойства радиоотчета или комментария и т.д. Налицо сближение жанров, в условной их классификации отстоящих далеко друг от друга, например: очерка и репортажа, репортажа и радиокомпозиции, репортажа и документальной драмы (в этом случае передачу обычно относят к жанру «драмы с открытым финалом»). Такой пример.

Репортер одной из популярных станций принес в редакцию обычный судебный отчет, в котором рассматривалась достаточно типичная ситуация: молодая девушка кухонным топориком убила пожилого мужчину, пытавшегося ее изнасиловать. Мать девушки, естественно, выступала в ее защиту, приводя весьма убедительные доказательства вины убитого; отец... и вот тут начиналось самое интересное: дело в том, что убитым как раз и оказался отец девушки – хронический пьяница, в течение многих лет терроризировавший семью побоями и угрозами. Ситуация, к сожалению, не самая редкая в России конца XX века.

Журналист предпринял собственное расследование. В итоге в свой стандартный репортажный отчет о судебном процессе он включил разговоры с соседями, с участковым милиционером, с врачами, которые выпустили пьяницу из закрытого лечебного заведения, а также беседы со многими из присутствовавших в зале судебного заседания, но уже не как со свидетелями, а как с сочувствующими той или иной стороне. И получился поразительный по напряженности детективный сюжет, в котором нравственный облик участников бытовой трагедии оказался совсем не таким однозначным, как был представлен в милицейском протоколе и в обвинительном заключении.

Журналист выпустил передачу в эфир, прервав рассказ на кульминационной ноте: суд удалился на совещание, чтобы решить вопрос, отправлять ли в тюрьму дочь-убийцу или оставить на свободе, взяв подписку о невыезде, и предложил слушателям самим, каждому по собственному разумению, вынести вердикт.

Так обычное информационное сообщение на пути к эфиру меняло свои жанровые характеристики, перерастая в репортаж, радиоотчет и, наконец, в доку-драму, как на профессиональном языке обычно именуют популярную художественно-публицистическую «драму с открытым финалом».

Приведенный пример интересен еще и потому, что он показывает, как по мере развития журналистского материала, обретающего новые жанровые свойства, меняется его структура за счет увеличения и усложнения системы выразительных средств. Но на этом мы остановимся позже.

Итак, дифференциация жанров зависит от дифференциации целей публицистических выступлений, весь спектр которых направлен на расширение диапазона воздействия на аудиторию. Назначение жанров определяет три основных способа отображения действительности журналистикой:

– сообщение фактов;
– интерпретацию фактов и событий;
– образно-публицистическое раскрытие фактов и событий.

Эти способы отображения образуют соответственно три относительно устойчивые группы жанров радиожурналистики.

I. *Информационные:* радиосообщение (заметка), интервью, репортаж, радиоотчет, обзор печати.

II. *Аналитические:* корреспонденция, комментарий, беседа, обозрение.

III. *Документально-художественные* (иногда их называют художественно-публицистическими): радиоочерк, радиорассказ, радиофельетон, доку-драма и радиокомпозиция.

Взаимодействие и взаимовлияние жанров в системе проявляются двояко: во-первых, любой жанр как таковой «оттеняется», выделяется другими жанрами, бытие одного жанра

опосредованно влияет на функционирование соседних жанров; во-вторых, жанры испытывают непосредственное взаимовлияние вплоть до взаимопроникновения.

Существование системы жанров предопределяет внутреннюю взаимозависимость всех ее элементов. Обладая относительной самостоятельностью, любой жанр в то же время является элементом системы, т.е. компонентом, зависящим от функционирования всей, системы. В связи с этим вспомним замечание М.М. Бахтина: «Никогда новый жанр, рождаясь на свет, не отменяет и не заменяет никаких ранее уже существовавших жанров. Всякий новый жанр только дополняет старые, только расширяет круг уже существующих жанров. Ведь каждый жанр имеет свою преимущественную сферу бытия, по отношению к которой он незаменим.

Но в то же время каждый существенный и значительный новый жанр, однажды появившись, оказывает воздействие на весь круг старых жанров: новый жанр делает старые жанры, так сказать, более сознательными, он заставляет их лучше осознавать свои возможности и свои границы».

Развитие журналистики есть двуединый процесс: выделения, вычленения жанров, обретения ими новых признаков – и интеграции жанров, их взаимопроникновения, взаимообогащения.

Этот процесс естественно оказывает влияние на подвижность жанровых границ.

Приступая к более детальному рассмотрению системы радиожанров, сделаем еще одно предварительное замечание. Поиск жанрового решения для того или иного конкретного журналистского материала всегда обусловлен прежде всего личностью журналиста: его профессиональными пристрастиями, опытом и волей – и, во-вторых, целой группой факторов, среди которых наиболее важными оказываются контекст времени, т.е. требования эпохи, общественно-политические установки радиоорганизации, традиции редакции, творческий и интеллектуальный потенциал журналиста, обращенность к различным группам аудитории и конкретные производственные условия.

Информационные жанры

Типы информационных программ. Радиовещание постоянно демонстрирует одну из ведущих тенденций своего развития: увеличение объема, повышение значения и эффективности информационных программ.

Во многомерной полифонической системе вещания, отражающей все стороны социального бытия, информационные программы по праву занимают главенствующее место. Практика отечественной радиожурналистики накапливает разнообразный опыт, ищет новые пути организации информационных выпусков.

Этот процесс из постоянного, но вялотекущего начал набирать стремительные обороты с момента демонополизации эфира в России, т.е. с рубежа 1980–90-х годов, когда рядом со «степенными» государственными радиоканалами стали возникать, исчезать и снова появляться в эфире десятки, а потом и сотни коммерческих радиостанций. Они были разными по своей содержательной и адресной направленности, но, за редким исключением, все закладывали в свою ежедневную сетку вещания большое количество выпусков новостей.

В 90-е годы именно в силу этого обстоятельства (и коммерческие, и государственные станции активно экспериментировали в поисках наиболее оптимального сочетания информационных и иных программ, в поисках наиболее выгодного времени для передач последних известий) шла коренная перестройка вещания: содержательная, структурная, кадровая, финансовая. Рождались новые типы радиопрограмм, которые достаточно быстро

модифицировались в результате реакции новой аудитории и в условиях все обострявшейся конкуренции с соседними каналами информации.

Информационные передачи на радио функционируют в контексте вещательного дня. Они прямо и опосредованно связаны с другими программами. Можно представить вещание и как непрерывный информационный поток. Информационная программа не существует сама по себе. Она лишь часть информационного потока, который постоянно дополняет, обогащает, развивает ранее прозвучавшую информационную картину мира. Это организованное по определенным законам и принципам отражение потока самой жизни во всей ее сложности, противоречивости и многозначности.

Для выражения всего многообразия общественной жизни, наиболее важных, актуальных, значительных фактов, событий, явлений действительности, для удовлетворения ожиданий, запросов аудитории и звучат в эфире различные типы информационных программ:

– информационные;
– информационно-аналитические;
– информационно-музыкальные;
– информационно-развлекательные;
– информационно-рекламные.

Выпуски *оперативной информации* (например, «Последние известия») представляют собой структурное единство, различные блоки, имеющие монтажное соподчинение. Они определяются значимостью информации и условно делятся на основные части по темам: политика, экономика, культура, спорт, погода, реклама.

Информационно-аналитические программы подводят, как правило, итоги вещательного отрезка. Они более объемны по времени и разнообразны по жанрам (в них могут звучать корреспонденции, интервью, обозрения, комментарии). Более активно выступает в них и ведущий.

Информационно-музыкальные программы (например, «Маяк») представляют собой небольшие по объему, но часто звучащие информационные выпуски в структуре музыкального потока. Обычно они делятся по темам: экономика, культура, события в Думе, в правительстве, спорт и т.д.

Информационно-развлекательные программы, характерные для зарубежного вещания, появились и у нас на коммерческом вещании.

Информационно-рекламные передачи используют рекламу в самых актуальных передачах радиоэфира – информационных. Поначалу практики остановились на следующей организации выпусков: реклама шла после окончания собственно информационных текстов, а не в середине самих выпусков. Потом она стала появляться и «внутри» событийной информации.

Информационные программы обладают рядом типологических признаков, которые присущи и другим программам вещания:

– постоянное место в эфире в вещательной сетке;
– постоянный объем звучания;
– фирменное оформление (музыкальная обложка, постоянные разбивки, рубрики);
– присутствие ведущего;
– жанровое разнообразие;
– анонс выпуска, краткое изложение наиболее важных тем. Но есть и ряд особенностей, характерных только для информационных программ:
– более частая периодичность выхода в эфир;
– мозаичность подачи материала (блоки).

Современные информационные программы характеризуются следующими чертами:

– постоянное расширение спектра информации;
– расширение тематики;

– большая острота и актуальность тем;
– большая свобода ведущего;
– ускорение речевого темпа подачи информации;
– обогащение лексики.

К непременным, постоянно проявляющим себя тенденциям развития информационного вещания нужно отнести:
– повышение оперативности;
– снижение объема официальных сообщений;
– увеличение объема рекламы;
– удовлетворение широкого круга интересов слушателей;
– повышение роли местного, регионального вещания.

Радиосообщение. Информационное радиосообщение соответствует заметке в периодической печати. Из всех жанров радиожурналистики оно ближе всего стоит к газете. В его основе лежит социально значимый факт общественной жизни. Как и заметка в газете, радиосообщение должно отвечать на главные вопросы: кто? что? когда? где? Возможны и дополнительные вопросы: как? каким образом? Оперативность – важнейшее качество радио, поэтому значение информации падает, если по времени она отстает от события.

Сравним начало двух сообщений:

«Минувшим днем президент России беседовал по телефону с президентом Казахстана» (радио «Маяк»).

«По сведениям ИТАР-ТАСС, сегодня президент России обсуждает по телефону положение в Чечне с президентом Казахстана» («Радио России»).

«Маяк», как видим, явно опоздал с информацией («Минувшим днем...»); «Радио России» говорило о новости в тот же день.

Сообщения, не отвечающие на вопрос «когда?», дезориентируют слушателя (указание времени порой не требует особых усилий редакции). Так, например, в следующем сообщении «Радио России»: «Российские юниоры начали с поражения молодежный чемпионат мира в Канаде. В первом матче они со счетом 3:4 уступили команде Соединенных Штатов Америки» – не только не указано время игры, но и не назван вид спорта, по которому проходит чемпионат. Сообщение должно было звучать так: «Вчера вечером российские юниоры начали с поражения молодежный чемпионат мира по хоккею в Канаде». Во второй фразе следовало бы использовать более краткую форму: «команде США».

Для редакции информации очень важно определить значительность фактов, отбираемых для выпусков новостей, выбрать то или другое событие из огромного количества. В первую очередь это должны быть новости, представляющие всеобщий интерес: общественно-политическая и социальная жизнь страны, наиболее значительные события, происходящие за рубежом. Слушателя всегда привлекут новости, отражающие те стороны жизни людей, которые определяют его собственное бытие: проблемы образования, здравоохранения, воспитания детей, преступности, цены на товары и услуги.

Источники информации могут быть самые разнообразные: органы государственной власти, пресс-служба администрации, сеть собственных корреспондентов, информационные агентства (отечественные и зарубежные), газеты, другие радиостанции.

Самые важные характеристики радиосообщения – оперативность, событийность, новизна, актуальность, достоверность и конкретность. Эти качества определяют особенности сбора материала, методы его обработки, содержание и форму радиосообщения.

Оперативность, событийность и новизна требуют от журналиста, редактора выпуска новостей отличной ориентированности в политической жизни общества, а также большой мобильности. Актуальность – категория качества, требующая умения определять значимость события, его место в общественно-политическом течении дня.

Достоверность, конкретность подразумевают высокий профессионализм, работу с источником информации, умение определять точность, надежность и объективность сведений.

При той потребности в новой информации, которая существует на любой радиостанции, в реальной практике достаточно часто возникает ситуация, когда у ведущих и редакторов нет физической возможности заниматься проверкой достоверности сообщений, поступающих к ним через Интернет, по факсу, телетайпу, телефону или просто от собственных корреспондентов, а иногда и от слушателей, в то время как информация эта часто бывает очень необходимой и на первый взгляд не вызывает сомнений. И, что греха таить, непроверенные сведения иногда проходят в эфир.

Для выпускающего редактора или ведущего программы предоставление проверенной информации – очень серьезный экзамен. Конечно, если разговор идет о сенсации, скажем, в мире шоу-бизнеса (сообщили о несуществующей женитьбе двух звезд рок-музыки; пообещали выход в свет нового кинофильма, к съемкам которого на самом деле еще и не приступали; объявили о приезде всемирно известной манекенщицы, которая, как выяснится потом, об этих гастролях даже не слышала), то такие ошибки, скорее, можно назвать глупыми, чем имеющими драматические последствия. Но бывают ситуации, когда эффект недостоверной информации может привести к социальному взрыву. Приведем такой пример.

После очередного вывода части наших войск из Чечни в 1996 году отношение почти у всего населения России к тому, что происходило в этой республике, стало, мягко говоря, болезненным. С увеличением же случаев похищения людей довольно быстро стала понятна и политическая, и организационная слабость местного руководства. И в этой ситуации главная государственная радиостанция России в очередном выпуске новостей выдала такую информацию: «Секретарь Совета Безопасности России Олег Лобов сообщил, что второй этап по установлению конституционного порядка в Чечне предусматривает очищение Грозного от незаконных вооруженных формирований. По его словам, сегодня из Чечни поступила информация, что власти Грозного приказали командирам незаконных формирований расстреливать тех, кто сложит оружие. Однако секретарь Совета Безопасности признал, что не уверен в достоверности этого сообщения».

Из этой информации следует: Москва предупреждает бандитов о том, что те из них, кто согласится сложить оружие, будут своими же чеченцами расстреляны(!). Скандал был на весь мир. Неприятности у радиослужбы – колоссальные. Не помогло и оправдание дежурного редактора, дескать, это сообщение пришло по телетайпу от очень серьезного агентства. Ему справедливо возразили: в тексте сообщения последняя фраза – о том, что и источник информации «не уверен в его достоверности», – должна была бы остановить радиожурналиста.

В эфире звучат радиосообщения разных видов.

Хроникальное радиосообщение отличается лаконизмом, информационной емкостью. Оно звучит 10–15 секунд. Это своего рода расширенный лид. Более развернутое сообщение обогащается описанием важных подробностей, деталей, содержит некоторые пояснения, примеры и обычно длится 30–40 секунд. Озвученное радиосообщение включает в себя небольшую документальную запись, сделанную на месте события, или голос очевидца. Такая радиоинформация напоминает краткий репортаж. Радиосообщение с комментарием содержит элементы анализа и оценки, что делает его более объемным. Но к такому приему выпуска новостей редакторы прибегают редко, лишь в том случае, когда новость необычна и требует пояснения. Комментировать ее должен специалист, авторитетный человек, которому доверяют и которого хорошо знают слушатели. Такие оценочные тексты следует выносить за рамки самого радиосообщения. Недопустима оценка в тексте радиосообщения, если журналист не знает всех обстоятельств, влияющих на эту оценку.

С информационным радиосообщением могут выступать не только журналисты, но и очевидцы событий, специалисты, эксперты. В нем документальные факты являются

основой, опорой рассказа, а аргументация дополняет их. Но это тоже не основательный анализ, не глубокая оценка, а пояснение, популяризация, толкование происшедшего. Такие сообщения могут звучать и по тексту, и без него.

Структура радиосообщения зависит от задачи оперативно сообщить важную новость. Поэтому особое значение приобретает здесь первая фраза, которая должна привлечь внимание аудитории. Причем в зависимости от характера новостей на первое место может выходить значительность события, его занимательность или необычность.

Восприятие на слух требует закрепления самого важного материала. Главная мысль, факт, особенно имена, географические названия могут повторяться, варьироваться в начале и в конце сообщения.

Хотя радиосообщение представляет собой небольшой текст, эта малая форма требует основательной подготовки, умения и опыта журналиста. И так как выразительные средства радиожурналистики используются в этом случае минимально, особое значение приобретают здесь язык, стиль и интонация звучащего голоса.

Язык информационного сообщения, как мы уже говорили, должен быть доступным, ясным, простым и точным, а стиль – лаконичным, предельно кратким, ориентированным на разговорный вариант литературного языка и нейтральную лексику. Особенно неприемлем для радио административно-бюрократический стиль. Тяжело диктору читать, а слушателю воспринимать текст, составленный из длинных фраз, с нагромождением терминов, как, например, в приведенном ниже сообщении, которое состоит практически из одной фразы:

«Пресс-служба главы администрации области сообщает: на своем заседании областная энергетическая комиссия решила до уточнения цен на топливо принятия соответствующих нормативных актов Правительства Российской Федерации по государственному регулированию тарифов на энергию в 95 году и согласно прогнозу динамики цен в сфере материального производства на 95 год, подготовленного Министерством экономики Российской Федерации, установить с 1 января 95 года для потребителей области следующие тарифы на электрическую и тепловую энергию для промышленных и приравненных к ним потребителей с присоединенной мощностью – 750 киловатт и выше...»

Эту фразу и читать-то трудно, не то чтобы воспринимать на слух! Поэтому тут неизбежен обратный эффект: не возбуждение интереса к этой информации, а «отталкивание» от нее, а то и открытое раздражение слушателей.

Важную часть радиосообщения нередко составляют цифры, которые также требуют специального обращения. По возможности их нужно избегать, сокращать до минимума, в частности крупные цифровые данные. Цифры можно округлять. Трудно воспринимать на слух данные в процентах (так как они относительны), особенно если материал перегружен ими.

В тексте радиосообщения не следует увлекаться иносказаниями – «кавычками», передающими иронию, сарказм, скрытый смысл. Нежелательны также – это тоже рекомендации психологов – слова «так называемый», «пресловутый».

Малоизвестные географические названия должны «привязываться» к общеизвестным. Например, к сообщению о небольшом городке, поселении, названия которых ничего не говорят слушателям, необходимо добавить: «близ Москвы» или «около Новосибирска» и т.д.

Особого внимания требуют сокращения. Во-первых, некоторые из них труднопроизносимы, а во-вторых, что более важно, не все они могут быть понятны слушателям. Приведем пример: «На территории НКР...» («Радио России») – следовало сказать: «На территории Нагорно-Карабахской республики...»; «Вчера в Москве не работало большинство АЭС...» («Маяк») – надо: «Вчера в Москве не работало большинство автозаправочных станций».

При редактировании текста следует ограничить употребление техницизмов, специальных терминов, известных ограниченному кругу людей. Если же избежать

употребления последних нельзя, следует пояснить их. Текст перед выдачей в эфир обязательно нужно прочитать вслух, проследить, нет ли в нем трудных для произнесения стыковок слов, на которых можно споткнуться, или неблагозвучий (они могут состоять из частей двух слов, например в сочетании «...встрече с экс-президентом...» без паузы прочитывается существительное «сэкс»).

Мы говорим о строгости языка информации. Однако так как сообщения затрагивают самые разные темы, то, следовательно, и стили могут использоваться самые разные. Язык информации не следует понимать как официально-канцелярский, приподнято-торжественный или ритуально-вещательный. Лексика разговорной речи приближает слушателя к информации, особенно к той, в которой он заинтересован лично.

По радиостанции «Маяк» прошло следующее сообщение: «Наконец-то наши государственные власти услышали рыдания обманутых вкладчиков и растрогались. На днях президент подписал несколько документов относительно рынка ценных бумаг. Более того, в Комитете по бюджету, банкам и финансам Госдумы уже вырисовывается законопроект по этим проблемам. Предполагается уничтожить тропинку, по которой дружно прошагали МММ, "Тибет" и иже с ними». Благодаря использованию в данной информации разговорной лексики («услышали рыдания», «растрогались», «дружно прошагали», «иже с ними») тема, волнующая многих людей, становится понятнее им и ближе, чем если бы она прозвучала на языке официальном.

Индивидуализация текста радиоинформации проявляется и в умении журналиста выразить свои эмоции, в творческой манере подачи материала. М. Зарва, исследовавшая особенности языка радиопередачи, пишет: «Все поиски радиожурналистами запоминающегося начала информационной заметки, эмоционального ключа, яркой, нешаблонной формы выражения есть процесс прежде всего поиска своего видения мира, своего умения наблюдать, замечать существенное, его оценивать, обобщать».

Но рамки радиосообщения очень узкие для самовыражения радиожурналиста, и здесь на помощь ему приходят другие информационные жанры: радиоинтервью, радиорепортаж, радиоотчет. Основываясь на документальных фактах, они значительно расширяют возможности журналистов и в отражении событий, и в выражении своего авторского «я».

Интервью. Радио всегда обращено к аудитории, оно диалогично уже по самой своей природе. Поэтому жанр интервью, диалог по сути, является одним из самых характерных для вещания. Он выражает его сущность, потому это и один из самых распространенных жанров радиожурналистики. С его помощью журналист может решать многие вопросы информирования аудитории, освещать самые разнообразные темы.

Радиоинтервью – коммуникативный акт между интервьюируемым, журналистом и слушателем. Его цель – получение актуальной, интересной информации от компетентного, сведущего человека. Суть этого жанра – чередование вопросов и ответов, которые представляют собой единое смысловое и эмоциональное целое, объединяемое одной темой.

Специфика радиоинтервью заключается в том, что корреспондент записывает материал на пленку или передает его сразу в эфир. Это живой, звучащий разговор. Если для газеты журналист заранее пишет текст, литературно обрабатывает материал, может уплотнять, сжимать фразы, сказанные собеседником, выражать его мысль более четко, может переписать, изменить форму своих вопросов, то радиоинтервью рождается во время проведения разговора. Техническая запись в таком случае становится творческим процессом, дающим конечный результат. Позже, если беседа идет в эфир не сразу, журналист может смонтировать ее, убрав второстепенное, некоторые длинноты, но изменить сам процесс разговора, характер беседы он не может.

Интервью, передающее живые голоса участников разговора, более документально и более эмоционально. Журналист в нем – посредник между носителем информации и

аудиторией, и посредник активный, творческий. Работа над интервью требует от него большой подготовки и профессионального мастерства, особенно если передача идет в прямом эфире.

Структурно радиоинтервью состоит из трех частей: небольшого вступления, основной части и заключения. Во вступлении слушатели вводятся в тему, представляется собеседник, при этом важно подчеркнуть, почему журналист обратился именно к этому человеку, ссылаясь на его авторитет и компетентность.

Приведем пример правильного начала интервью:

Ведущий. Сейчас всех волнует, как будут складываться цены на продовольственные товары в начинающемся 1995 году.

Наш корреспондент встретился с членами Государственной Думы России, занимающимися этими проблемами, и попросил их рассказать об ожидаемой ситуации на продовольственном рынке.

(Корреспондент представляет участников разговора.) («Радио России»)

Здесь во вступлении к разговору ставится вопрос, выносится тема, волнующая многих россиян, и к ее обсуждению привлечены компетентные люди.

А вот пример неудачного выбора собеседников:

Корреспондент. Проблема преступности сейчас едва ли не главная в нашей стране. Социологи говорят: заботу о своей безопасности 60% россиян ставят сразу же после озабоченности ростом цен.

Как работают органы внутренних дел? Как справляется со своими обязанностями наша милиция? Мы решили взять интервью у оперативных работников областного Управления внутренних дел.

(Следует беседа с оперативниками, рассказывающими об успешной борьбе с преступниками.)

В этом вступлении также звучит актуальная тема – тема роста преступности и поставлена важная проблема – борьба с ней правоохранительных органов. Но выбор собеседников явно неудачен. Конечно, представители милиции будут ведомственно заинтересованы отвечать на вопросы. Если бы во вступлении прозвучал вопрос, сформулированный иначе, например: чем характеризуется современная преступность? как вооружены преступники? – то обращение к работникам милиции было бы оправданно. Но для оценки их работы следовало бы обратиться к самим жителям.

Важно овладеть вниманием слушателей с первой минуты. Для этого опытные журналисты ищут самый интересный вопрос, используют необычный зачин, интригующее начало. Вот один из примеров творческой лаборатории аса журналистики Л. Маграчева:

Корреспондент. Внимание, наш микрофон – на одном из ленинградских заводов, где я буду беседовать с главным инженером. Сейчас... Он только закончит говорить по телефону.

(И отчетливо слышно, как инженер спрашивает кого-то: «Сколько мы сегодня изготовили пушек? Сто двадцать? Маловато. А танков? Триста пятьдесят? Это лучше. А самолетов? Тридцать пять? Скверно. Неужели и с минометами подкачали? Всего двести? Это ужасно».)

Главный инженер вешает трубку, а я говорю:

– Какой же завод в Ленинграде делает всю эту важную военную продукцию?

А дальше сам отвечаю на свой вопрос:

– Есть такой завод, а продукция, которую он производит, – последовала длинная пауза: – Детские игрушки... И пошла беседа с главным инженером.

В основной части интервью идет развитие темы, раскрывается суть беседы. Заключение подводит итог разговору.

Каковы здесь могут быть ошибки начинающего журналиста?

Нередко вступление бывает затянутым, интервью в таком случае перегружается текстом корреспондента. Или, наоборот, – отсутствует концовка. В заключение обязательно нужно повторить фамилию собеседника. Если интервью звучит более 10 минут,

собеседника следует еще раз представить в середине разговора. Если читатель газеты всегда знает, с кем проводится интервью, то на радио слушатель может подключиться к передаче не с самого ее начала и не знать, кто у микрофона. На телевидении эта проблема решается бегущей строкой.

Часто интервью ошибочно принимают за беседу, однако это разные жанры. Они различаются ролью, какая отведена в них журналисту. В интервью журналист только задает вопросы, в беседе же он равноправный участник диалога: может высказывать свою точку зрения, проиллюстрировать мнение собеседника, спорить с ним. Беседа, как правило, жанр аналитический.

Очень важно, чтобы журналист, берущий интервью, чувствовал себя уверенно с собеседником. В рекомендациях Би-би-си говорится: «...интервью получается удачным и содержательным, если оно оказывается беседой двух равных собеседников». Но не так уж часто журналист может быть равным собеседником по знаниям, социальному положению, ведь ему приходится встречаться с людьми самых разных профессий – писателями, учеными, политиками, экспертами. Рекомендации эти надо понимать как совет к серьезной подготовке перед встречей с собеседником. А вот умение почувствовать себя психологически равным собеседнику приходит с опытом.

Л. Маграчев советует: «Уважайте собеседника, стараясь поддерживать с ним разговор, не бойтесь поспорить, но обязательно выслушайте его мнение, не перебивайте его на полуслове, дайте закончить мысль».

Наиболее распространенный объем интервью – от 2 до 8 минут. Оптимальное интервью содержит 5–6 вопросов.

Существует и *проблемное интервью* – с элементами анализа, оценкой ситуации. *Интервью-портрет* дает более полное представление о человеке, оно может звучать до 20 минут и содержать вопросы, направленные не столько на получение информации, сколько на раскрытие внутреннего мира героя. В таком интервью журналист помогает своему собеседнику проявить себя в полной мере.

К информационным видам интервью относятся *протокольное интервью, интервью-анкета, пресс-конференция.*

Протокольное интервью несет официальную информацию о встрече политического деятеля, например в аэропорту, или на вокзале, передает беседу с представителями власти по поводу какого-нибудь торжества, мнение гостей о городе, о каком-либо событии. Вопросы такого интервью обычно стандартны и известны заранее.

Интервью-анкета предполагает оперативный экспресс-опрос на улицах города, в залах заседаний, концертных залах, в фойе театра, на стадионе и т.п. Как правило, задается один вопрос типа: чем знаменателен был для Вас уходящий год? что Вы ждете от Нового года? как Вы относитесь к вступлению в НАТО стран Восточной Европы? Вопрос в интервью-анкете должен быть актуальным и интересным для широкого круга слушателей.

Пресс-конференция проводится с участием представителей различных средств информации. Для радиожурналиста трудность заключается в записи ее на радио. Технические возможности фиксации вопросов в зале и ответов тех, кто проводит встречу, здесь намного сложнее.

Проведение интервью в любой его форме требует предварительной работы, которая начинается с выбора собеседника. Это должен быть специалист своего дела: представитель творческой интеллигенции, руководитель предприятия, организации и т.д. Но журналист не всегда выбирает героя сам. Иногда только определенное конкретное лицо может дать интересующие слушателей сведения, оно и становится собеседником.

Однако в любом случае журналист должен стараться как можно больше узнать о своем будущем собеседнике (от его товарищей, родственников, сослуживцев), иметь представление об особенностях его характера, о манере общаться, знать его сильные и слабые стороны, знать, как говорит его будущий герой. Человек, умеющий выражать свои мысли кратко, но в то же время емко, легко и эмоционально, – находка для корреспондента.

Но самое главное в подготовке к интервью – это знакомство с темой разговора. «Наша задача, – пишет о работе интервьюера известный мастер радиожурналистики А. Ревенко, – помочь собеседнику выделить главное. Для этого нам самим нужно быть сведущими людьми». И здесь журналисту может помочь его досье. Конечно, лучший вариант, когда корреспондент специализируется в той или иной области и идет брать интервью по своему «профилю». К сожалению, так бывает не всегда. Если журналист собирается вести интервью с писателем, художником, артистом, ему нужно познакомиться с особенностями их творчества.

У начинающих журналистов, осваивающих жанр интервью, может создаться впечатление, что брать интервью – не такое уж трудное дело: найти разговорчивого собеседника, включить микрофон – и дело сделано. Это мнение ошибочно. Кажущаяся легкость грозит легковесностью, рыхлостью материала. Интервью требует логики развития диалога, органичного движения мысли, насыщения интересным содержанием.

Интервью имеет композицию и сюжет. Их основу составляют вопросы журналиста. Именно они определяют качество материала и его внутреннюю структурную организацию.

Вопросы – главный «инструмент» журналиста в интервью. Следует избегать такой постановки вопроса, в которой уже заложен ответ или его часть. В противном случае можно услышать лишь однозначные: «Да», «Нет», «Конечно», «Я с вами согласен». Вот фрагмент интервью с руководителем Ансамбля народной музыки «Балалайка» (речь идет о новогоднем праздничном концерте, на котором выступали артисты):

Корреспондент. У меня есть такой вопрос: Вам, наверное, интересно смотреть, как ведут себя дети? Да?

Ответ. Да.

Следовало бы спросить так: «Что Вы чувствуете, когда наблюдаете на концерте за поведением детей?» Или: «Что Вы испытываете?..»

Обратим внимание еще на одну весьма распространенную ошибку корреспондента: не следует вопрос предварять фразами типа: «А не могли бы Вы ответить на такой вопрос?», «Я хотел спросить Вас...», «Меня волнует вопрос...» и т.д. Они лишние, как и фраза «У меня есть такой вопрос» в разбираемом выше тексте. Журналист должен формулировать содержание вопроса сразу.

Нередко, заранее узнав нужную информацию у собеседника, корреспондент включает ее в свой вопрос, уже тем самым обедняя ответ. Такой тип вопроса можно было бы назвать «предвосхищающим» ответ или его часть. К этому типу ошибок относится и слишком сухое, чисто «информационное» представление собеседника, и отсутствие вопросов корреспондента.

Например, журналист берет интервью у одного из руководителей крупнейшего акционерного общества, занимающегося строительством и эксплуатацией газопроводов. Речь идет о проблеме, имеющей в буквальном смысле слова планетарное значение: о внедрении вместо металлических труб синтетических. Мировая проблема, с которой связаны миллиардные финансовые прибыли или потери! А с чего начинает журналист?

– Иван Иванович, я так понимаю, что Вас пригласили сюда для обмена передовым опытом, который Вы накопили. Судя по всему, так?

Вопрос, отметим сразу, не обременен интеллектом ведущего, да и по ритму построения фраз чувствуется, что ему вроде бы и говорить с гостем не о чем. Но каков вопрос – таков и ответ: гость неопределенно хмыкает, дескать, да, для обмена опытом.

И тут журналист, вместо того чтобы увлечь слушателя рассказом о решении уникальнейшей технической задачи, восхититься или хотя бы усомниться в том, что какому-то Запсибгазпрому удалось решить задачу, которая не поддавалась ни американцам, ни немцам в течение многих лет, вместо того чтобы, наконец, поинтересоваться, на какой стадии находится сейчас разработка этой новой технологии, вместо всего этого он

погружает и собеседника, и слушателя, и себя в чудовищную скуку чисто формального подхода к делу:

– Всем известно, что из-за того, что какие-то детали не продуманы, большое дело тормозится из-за каких-то мелочей. У вас создана инфраструктура, чтобы, скажем, по заказу обеспечить комплектацию полностью?

Совершенно очевидно, что корреспондент «отрабатывает номер», что ему неинтересны ни собеседник, ни проблема, и оттого его профессиональная скука неизбежно завладевает и слушателем.

Вопросы должны способствовать всестороннему рассмотрению темы. Собственное мнение может быть высказано на разных уровнях: поверхностном, углубленном, раскрывающем особенности взгляда собеседника. Надо избегать примитивных вопросов.

Еще одна ошибка начинающих журналистов – нагромождение вопросов. Когда в одной фразе поставлено два, три вопроса и более, интервьюируемый не знает, на какой из них ему отвечать и отвечает обычно или на последний, или на тот, который лучше запомнил.

Если, например, беседу со специалистом по страховой медицине корреспондент закончит таким каскадом вопросов: чего бы вы хотели пожелать в Новом году всем медикам, больным? чего избежать? куда идти дальше? – то собеседнику трудно будет на них ответить. И не только из-за их обилия. Как можно пожелать чего-то сразу и медикам, и больным? Что значит вопрос «чего избежать?» Как понимать «куда идти дальше?» И собеседник, естественно, ответит на часть первого вопроса: пожелает успехов медикам. Если же корреспондент действительно хотел услышать пожелания специалиста, он должен был спросить так: «Что бы Вы пожелали нашим слушателям в Новом году?»

Несомненно, собеседнику будет трудно ответить и на путанный, нечеткий вопрос. Так, в уже упоминавшемся интервью с руководителем музыкального ансамбля «Балалайка» корреспондент говорит: «Сейчас не часто встретишь любовь к народной музыке. Ведь, кроме "спасибо", вы ничего не получаете. Эта любовь к русскому музыкальному искусству, может быть, в Вас как в человеке больше всего и заложена. Откуда это у Вас? Из семьи? Из генов? Как у Вас это было? Или не помните? Или Вы не думали над этим?»

Кроме того, что здесь задано слишком много вопросов, они очень сумбурны. Почему корреспондент спрашивает о любви к русскому музыкальному искусству (это очень широкое понятие), когда речь идет лишь о народной музыке? Что значат слова «может быть»? Они воспринимаются как подсказка, которая мешает собеседнику отвечать самостоятельно.

Следует также помнить, что, готовясь к интервью, журналист должен иметь в запасе значительно больше вопросов, чем он может задать. Очень важно следить за ходом разговора. Вопросы должны возникать и в процессе общения у микрофона, тогда беседа приобретет нужный масштаб, запланированный заранее, глубину, которая создается совместным творчеством у микрофона. Импровизация журналиста, возникновение вопроса, вытекающего из самого разговора, только поддержат интервьюируемого.

Чтобы слушатель смог стать опосредованным участником разговора, материал должен быть обращен к его мыслям и чувствам.

Мы уже говорили о том, что вопросы – композиционный и структурный стержень интервью. Но они могут и «рассыпать» материал, если будут допущены логические ошибки ведения беседы. Наиболее часто встречающиеся из них – длинные монологические ответы и «дробный» разговор. Разумное сочетание вопросов и ответов создает равновесие диалога, его соразмерность. Искусство интервьюера как раз и заключается в умении управлять разговором, «дирижировать» потоком информации.

Журналист должен учитывать и то, как говорит его собеседник: быстро или медленно. Для записи интервью лучше всего средний темп речи собеседника – 80–90 слов в минуту. Сам характер вопросов требует определенной атмосферы размышления.

Репортаж – самый распространенный жанр вещания. Он реализует все возможности радио, использует его специфику в полной мере. В радиорепортаже сочетаются сильные стороны информационного радиосообщения: оперативность, актуальность, емкость текста – и элементы публицистики: оценка происходящего события, его эмоциональное отражение, образное описание.

Основные жанровые признаки радиорепортажа – документальность, достоверность, оперативность, которые базируются на актуальности информации, а его задача – отражать события, связанные с воплощением информационного, временного процесса их свершения.

Репортаж связан с временным материалом, отсюда его событийность, новизна, динамичность. Чаще всего он посвящается актуальному, общественно значимому событию или теме, представляющей интерес для значительной части аудитории (запуску космического корабля, открытию выставки, спортивному состязанию, интересному происшествию и т.д.).

Репортаж – рассказ очевидца. Репортер всегда должен находиться на месте события. Он обязан донести до слушателя живую картину происходящего, помочь ему воссоздать ее зрительное представление. Поэтому в радиорепортаже важны три эффекта: достоверности, присутствия и сопереживания.

Итак, в репортаже присутствуют, с одной стороны, факты, фрагменты ситуации, определенные каким-либо событием или действием, – и они должны быть объективными, отражать самое яркое и характерное; с другой – репортер с его способностью увидеть эти события или действия и отобрать из происходящего на его глазах самое значительное, интересное, оценить его, дать возможность участникам события высказать свое мнение о происходящем.

Перед газетчиком, готовящим репортаж, стоят те же задачи, но его главное оружие – это письменное слово; в отличие от радиорепортера он имеет возможность уплотнить текст, используя выразительные средства письменной речи. Радиорепортер же творит в момент записи. В его рабочем багаже средства радиожурналистики: звучащее слово, документальные шумы, музыка. Он создает звуковой образ происходящего, и этот образ должен воздействовать на воображение слушателя.

Существует три вида репортажа, каждый из которых – *событийный, проблемный, познавательный* – модифицирует те или иные аспекты жанра. Классическим видом жанра является *репортаж,* идущий в эфир прямо *с места события.* Его образец – радиорепортаж со спортивных соревнований. Но нередко слушателям предлагаются и радиорепортажи, предварительно записанные на пленку.

Проблемный репортаж обычно начинается с места какого-либо действия. Например, репортаж о сложностях автомобильного движения в большом городе лучше всего начать с живой сценки на улице, с описания потока транспорта, с интервью в отделении милиции, у поста ГАИ или мэрии города. Проблема в таком репортаже ставится и рассматривается на конкретных фактах. Сам жанр не дает возможности углубиться в корни проблемы. Цель такого радиорепортажа – дать слушателям представление о проблеме с помощью документальных записей.

Познавательный репортаж может содержать только информацию, но может и затрагивать проблему. Главная его цель – познакомить слушателей с тем новым, интересным, что происходит в науке, медицине, производстве. Адреса таких репортажей – лаборатория, кафедра вуза, цех, аэродром, выставка...

Репортаж – жанр синтетический: он может включать в себя элементы зарисовки, интервью, комментария. И здесь начинающий журналист сталкивается с рядом трудностей. Текст радиорепортажа должен органично соединять все эти элементы. Они должны взаимодействовать, «играть» на раскрытие главной темы.

Каковы же отличия элементов других жанров в структуре радиорепортажа? Зарисовочные фрагменты, описание места и времени, обстановки не должны быть затянутыми, в противном случае они будут разрушать единство репортажного материала.

Увлечение лирическими отступлениями, второстепенными деталями отвлекает внимание слушателя, ведь он в это время не видит того, что видит журналист.

Интервью в радиорепортаже берутся непосредственно на месте события. В них неизбежно присутствует атмосфера происходящего. Если в обычном интервью журналиста интересует в первую очередь актуальная информация, то в интервью радиорепортажа он должен направлять разговор на характеристику самого события или на проблему, обсуждаемую его участниками. Запись интервью на месте события, в окружении других людей требует от корреспондента не только находчивости, психологической уверенности в себе, но и умения передать эту уверенность собеседнику. «Искусство радиорепортера, – писал журналист Ю.А. Летунов, – заключается в том, что он должен в происходящем событии выбрать такой момент или сознательно поставить героя в такую ситуацию, чтобы они раскрылись максимально ярко и полно, а главное – естественно и органично».

Интервью в репортаже должно быть динамичным, кратким, выразительным. Растянутые интервью, их обилие деформируют радиорепортаж. Рассмотрим пример.

Корреспондент ведет репортаж с выставки «Все для дома». Он (на фоне шума зала, где слышен гул голосов) очень коротко представляет место, откуда ведется репортаж, а далее одно за другим следуют интервью с ее участниками. Вот некоторые их фрагменты:

Корреспондент. Мое внимание привлекли *какие-то* очень *красивые платья,* не только платья, а что же это такое еще?

Голос. Здесь и костюмы, и плащи, и блузоны, вообще все, что нужно...

Корреспондент. *Для женщины.*

Голос. ...для женщины *(смеется).*

(Идет фраза, которую нельзя разобрать, – мешает шум.)

Корреспондент. Вот я вижу *какие-то* цветочки, необыкновенно *красивые* цветочки.

Голос. Это объемная вышивка, старинный такой прием; когда имеют только грубые ткани и грубые нитки, можно все-таки шить очень красивую одежду.

Корреспондент. Но здесь не грубые ткани и грубые нитки...

Голос. Нет, посмотрите, – это неотбеленная ткань.

(Шум зала.)

Корреспондент. Вот вроде бы издали брюки обычные, а на самом деле в них заложено даже некое изобретение. Спрашиваю у нашего белорусского гостя: а Вы ведь из Белоруссии, да?

Голос. Да, я из Белоруссии. Из Минска.

(Начинает рассказывать, что же это за необыкновенные, немнущиеся брюки.)

Этот репортаж звучал в эфире 8 минут и весь состоял из подобных разговоров. Остановимся на ошибках журналиста.

Прежде всего в репортаже практически нет описания выставки, не сказано, кто в ней участвует, кто ее посетил. Нет ни одного интервью с посетителями, а они как раз и могли бы рассказать, что же здесь интересного. Журналист не представляет своих собеседников. В некоторых местах естественный шум, который, конечно же, нужен (он демонстрирует место события и говорит о популярности выставки), забивает голоса людей. Репортеру следовало бы вести беседу с участниками выставки, отойдя чуть в сторону от скопления людей. Во фрагменте интервью о платьях он перебивает собеседницу: «...для женщин» – подсказка совершенно бессмысленна: и так ясно, что платья предназначены женщинам, да и собеседница сказала бы об этом сама. Обращает на себя внимание и небрежность языка журналиста в первом фрагменте: повтор слов «вот», «красивые». Вторая фраза могла бы звучать так: «Сейчас мое внимание привлекла необыкновенная расцветка».

В интервью с гостем из Белоруссии журналист «опережает» события. Вместо того чтобы спросить: «Откуда Вы к нам приехали?» и попросить представиться, корреспондент допускает двойную ошибку: откуда он знает, что гость из Белоруссии? А его вопрос «А Вы ведь из Белоруссии, да?» подразумевает утвердительный ответ. Но, если знаешь, зачем спрашивать? Второй вопрос должен был звучать так: «Что же интересного Вы привезли на выставку?» А журналист уже знает о новинке: «В них заложено даже некое изобретение».

Репортаж обрывается на словах последнего выступающего с очередным пояснением. В нем нет концовки, которая суммировала бы впечатления от выставки

В радиорепортаже также не должны преобладать элементы комментария. Их задача пояснить, растолковать слушателям то, чего они не видят, т.е. вычленить из происходящего самое главное, но не интерпретировать его глубоко, с привлечением дополнительных аргументов, без которых невозможен серьезный анализ, а дать простор для размышления и воображения самим слушателям.

«Радиорепортаж, – утверждает Ю.А. Летунов, – имеет свои особенности структуры, свои тонкости. Репортаж – это маленькое, но законченное произведение, с завязкой, кульминацией и развязкой. Он должен быть драматичен». Событие диктует репортажу сюжет. Однако в выборе эпизодов, в архитектонике материала велика роль автора. Журналист в репортаже активен, он всегда в центре не только события, но и самого репортажа. Он и дирижер материала, и режиссер, и оператор, и, естественно, ведущий. Представление героя-собеседника, участника события, требует от журналиста определенного мастерства. И нередко, не придавая этому значения, репортер совершает типичную ошибку, и его герой, вместо того чтобы повернуть событие еще одной гранью, становится в материале «балластом», лишним голосом. Эти просчеты заметны для слушателя.

Вот фрагмент из популярной «новостной» программы:

Ведущая. В Николаеве с Нового года украинская телекомпания «Тонис» начинает свою работу по спутниковому каналу, и называется он «Славянский базар». Репортаж нашего корреспондента Ивана Петкова.

(На фоне музыки, пения)

Корреспондент. Я в студии, где идет запись одной из передач «Славянского базара».

(Музыка выводится, звучит громче)

Звучат украинские колядки, новогодние, рождественские, на мови – языке, понятном и полякам, и сербам с хорватами, и болгарам, и россиянам:

Сею, вею, повеваю,

С Новым роком поздравляю!

С Новым годом, значит, мы вас всех поздравляем. Новогодняя колядка – и мудрость, и радость праздника. Так считает и председатель агрокооперации «Украина», что в Каменске под славным Очаковым, Юрий Васильевич Радченко.

Радченко. Сегодня все колхозники бесплатно получают из нашей хлебопекарни хлеб. Все дети на Новый год, на Рождество получают подарки.

Есть и хлеб, и зерно, и конфеты.

Журналист ведет свой рассказ в репортерской манере. По форме это действительно радиорепортаж: хорошо «работает» на текст звуковой фон первой части, когда репортер находится в телестудии. Но чем мотивировано появление там председателя аг-рофирмы? Его представление надуманно. Откуда мы знаем, что он считает колядку «и мудростью, и радостью праздника», ведь сам Радченко об этом не говорит. Это формальное соединение героя и места события разрушает ткань репортажа. Где теперь находится репортер? Мы уже не слышим музыки и шума телестудии. Что же рассказал журналист о самой студии?.. И, как и в репортаже с выставки, здесь также нет резюме журналиста.

Композиция радиорепортажа должна быть подчинена освещению события. Информационного повода может и не быть, но передача сведений о происходящем на том месте, куда пришел репортер, обязательна.

На открытие выставки-ярмарки, посвященной туристическому бизнесу, собрались представители множества туристических фирм из России, из-за рубежа, руководители различных страховых компаний и другие заинтересованные в этом бизнесе люди. Все взволнованы ситуацией: финансовый кризис августа 1998 года поставил под сомнение не только выполнение ближайших обязательств, но и само существование этого вида бизнеса – у людей просто не оказалось денег для турпоездок. Между тем выставка-ярмарка готовилась долго и представила множество соблазнительных вещей, которые, конечно же, в другой экономической ситуации могли бы привлечь достаточно широкий круг клиентов.

Несколько дней по выставке ходили главным образом случайные люди, деловых посетителей почти не было, зато корреспонденту без труда удавалось фиксировать на

пленке разговоры и споры хозяев туристических организаций на темы: а что теперь делать со всем этим богатством? и что будет с уже подписанными контрактами? и кто, наконец, сможет платить за эти роскошные купальники, предназначенные для прогулок на гавайских пляжах, и утепленные палатки, в которых так уютно ночевать в тайге или на берегу Белого моря?

Но оценить по достоинству всего этого журналист не сумел, зато он обошел официальных руководителей и собрал сведения об их прошлых успехах. Получилась обычная газетная заметка, прочитанная у микрофона. Былые успехи вовсе не означали продолжения их в будущем. Это были рассуждения о качестве прошлогоднего снега. Будущее же, изложенное языком сухих плановых цифр, выглядело не слишком реальным.

К тому же журналист не потрудился даже просто сообщить, что было представлено на стендах. Вместо того чтобы рассказать слушателям о том, например, какие замечательные зонтики изобретены, чтобы нежиться под ними на золотом песчаном пляже, когда светит солнце, или поведать, как можно даже при относительно небольших затратах посетить египетские пирамиды, – вместо этого журналист обрушил на слушателя цифры, артикулы, юридические термины, загадочные (и нерасшифрованные!) географические названия и т.д.

К репортажу все это не имело ни малейшего отношения. Жанр явным образом «сместился» в сторону служебного сообщения, которое, может быть, было бы интересно узкому кругу слушателей, но уж никак не подходило для широкой аудитории.

Очень важно начало радиорепортажа. И важно оно не только потому, что в нем дается мотивировка выбора темы, события и информация о его месте и времени, – эти информационные данные вводят слушателя в курс дела, настраивая его на определенные ожидания. Начало должно заинтриговать слушателя. Для этой цели может быть использован необычный журналистский «ход», яркая характеристика происходящего.

Вот еще один пример из творческой лаборатории известного радиожурналиста Л. Маграчева.

Диктор объявляет: «У микрофона Лазарь Маграчев». И раздается львиное рычание. Чуть дав ему позвучать, корреспондент с явной улыбкой говорит:

– Вы не пугайтесь, ребята, это не мой голос, он у меня не такой страшный – это львы, они сбежали из зоосада и бродят по ленинградским улицам. Это я, конечно, шучу, но, между прочим, у нас в Ленинграде и львов, и других самых различных зверей можно встретить сколько угодно, нужно быть только любопытным.

И дальше идет рассказ о высеченных из камня скульптурах зверей, которые украшают город на Неве.

Настроение создано, контакт с аудиторией установлен.

Иногда журналист прибегает к использованию характерной звуковой детали, которая становится лейтмотивом всего материала. Звуковая картинка события может нести в себе большую эмоциональную информацию. Задача корреспондента в этом случае – пояснить, что происходит, чтобы у слушателя создалось зрительное впечатление:

(Шум большой толпы, протяжная мелодия голосов, прихлопывание, притопывание.)

Корреспондент. По дороге из Чечни я едва ли не от каждого собеседника слышал фразу: «Только не ври, только скажи всю правду о положении у нас». И выполнить эту просьбу было, пожалуй, самым трудным во время командировки в Чеченскую республику.

(Гул усиливается, слышны крики: «Ал-ла, ала-ла-ла, ала-ла, ала-ла!»)

Все время, прекращаясь только к ночи, напротив президентского дворца в Грозном шумит митинг. Подпевая себе, танцуют старики и молодые эмоциональный танец-заклинание.

Несколько секунд звучания митинга оказывают сильное воздействие на слушателя. Так записи, если их давать в тексте «пунктирно», держат репортаж в одной тональности. В данном случае он «окрашивается опасностью».

Особенно удачным является начало репортажа, когда звуковой образ, звуковая деталь сочетаются со словесным литературным образом. Как был создан и использован такой образ, рассказывает Аркадий Ревенко.

С детских лет была у него мечта: проехать в кабине машиниста. «Я и осуществил свою детскую мечту и был благодарен ей уже за то, что она подсказала, помогла найти изюминку». И вот журналист едет в кабине машиниста, ощущая впереди простор, и именно в этот момент рождается у него образ дороги как связи двух городов – Москвы и Ленинграда. Железной дороге и посвящен его радиорепортаж «Красная стрела» (так называют поезд, который ходит между двумя этими городами).

(Шум электровоза.)

Корреспондент. Москва с Ленинградом – что мать с сыном. Чем-то похожи, чем-то различны, но связаны друг с другом накрепко – вот именно, как мать с сыном, связаны. И будто всегда живут они, взявшись за руки. Это я дорогу имею в виду – Октябрьскую. Октябрьскую железную дорогу.

Люблю по ней ездить. В дневную пору хорошо – мимо подмосковных дачных мест, мимо Клина и Калинина, мимо лесов и тихих речек. Летом все зелено, глазу ласково, и зимой красота.

В ночную – тоже хорошо. В полночь в поезд сел – чайку попил, прилег, колеса баюкают, как маленького...

(Шум диспетчерской, переговоры, сигналы, свистки.)

Дальше следует рассказ журналиста о своем путешествии в кабине машиниста, о работе железнодорожников.

Необычайный звуковой эффект, характерная звучащая деталь требуют умелого использования. Такой прием хорош тогда, когда звук сам говорит за себя, а текст репортера лишь дополняет его. В данном радиоочерке шум служит звуковой декорацией, помогая описать место и время события, передать особенности происходящего.

Журналист должен специально тренировать свой слух. Полезно для этой цели записывать такие небольшие звуковые сюжеты, чтобы только по шуму можно было догадаться, где происходит сценка и что там случилось (например, записать в звуке праздничную демонстрацию). Умение слышать звуки, выделять их, знать «секреты» хорошей записи – немаловажная часть ремесла репортера.

Вот предполагаемый «шумовой» сценарий праздничного шествия: гул толпы (общий план) – сирена милицейской машины, команды, говор нескольких человек (ближний план) – реплика ребенка – шум движения колонны – лозунги – музыка – песня – надвигающийся шум ног (удаляющийся постепенно).

Эти звуковые сценки помогут при записи настоящего (речевого) радиорепортажа выбрать самые сочные, самые характерные звуки, выразить звуковой эпицентр события.

Кульминация события связана с его развитием. Именно в этот момент важно авторское отношение к происходящему, выделение главного, умение подчеркнуть это главное точным описанием или своей репликой.

Радиорепортаж требует и небольшого заключения, в котором журналист должен подвести итог, дать маленькое резюме. Например: «Итак, мы с вами присутствовали на открытии выставки работ молодых художников. Она открылась сегодня во Дворце культуры строителей и продолжится месяц...»

В заключение желательно повторить, что и где проходило. Нередко журналисты обрывают репортаж на описании деталей или, что еще хуже, на интервью с собеседником.

События бывают динамичными, зрелищными. Но нередко они не несут ярко выраженной динамики. И тогда журналиста подстерегает опасность вместо живого рассказа о происходящем перейти на отчет – протокольное описание официальной встречи.

Представьте, что вы получили задание подготовить репортаж с презентации какой-нибудь фирмы. Задание непростое, потому что как раз презентации событийно скучны и однотипны. Такой репортаж требует выдумки, фантазии при обрисовке происходящего, умения интересно подать самое главное, характеризующее данную фирму. Следует заранее узнать интересные факты, детали, которые обогатили бы протокольное событие.

Крупный российский город принимает руководителей всемирно известной фирмы «Вольво». Готова выставка новых автомашин, собрались деловые люди со всей России, губернатор, мэр и директор местной Торговой палаты. Произнесены соответствующие речи.

Прозвучали ответные выступления на шведском языке, взаимные приветствия, возгласы. На пленку попал даже хрустальный звон бокалов шампанского. Но все это было бы нестерпимо скучно слушать даже тем, кто успел по достоинству оценить автобусы «Вольво», работающие на разных деловых маршрутах.

Корреспондент поступил иначе. Он придумал своеобразное звуковое соревнование моторов разных автомашин и автобусов, выпускаемых «Вольво». Причем состязались эти моторы не друг с другом, а с... часами. В этом случае в звуке материализовалась естественная метафора «работают как часы». Это было очень эффектно и, конечно, сразу привлекло внимание слушателей.

Достоинство этого репортажа заключалось и в его информационной насыщенности: характеристика автомобилей, возможности сотрудничества, экономические и таможенные проблемы, впечатления владельцев личных лимузинов и водителей городских автобусов, заключения о безопасности эксплуатации машин этой фирмы, сделанные начальником автоинспекции города. Благодаря использованию голосов участников презентации слушатели получили полное представление о ситуации. Кроме того, журналист умело чередовал краткие выступления (иногда одну-две реплики) с диалогами участников, которые будто бы «подслушал» случайно. И стандартная, скучная, протокольная ситуация расцветилась всплеском эмоций.

Важным выразительным средством радиорепортажа является звучащее слово. Оно передает мысль и эмоции говорящего. Смена речевых потоков, выступления у микрофона различных людей, смена ролей, ритма, темпа создают полифонию радиорепортажа. Здесь в отличие от радиосообщения и радиоинтервью уместны ассоциации, контрасты, метафоры. Трудность работы над радиорепортажем заключается в том, что журналисту на месте события нужно найти образное слово, точные эпитеты и сравнения, подметить характерные детали.

Велика роль импровизации в радиорепортаже. Этому журналист должен учиться на тренировочных записях – на улице, дома, в студии, описывая небольшие бытовые, жанровые сценки.

Радиорепортер должен обладать хорошим голосом и хорошей дикцией. Овладеть искусством свободно, непринужденно говорить у микрофона – значит сделать значительный шаг в овладении мастерством профессии репортера.

Большую роль в радиорепортаже играют и документальные шумы. Они служат звуковой декорацией.

Готовясь к репортажу, журналист обязан заранее побывать на месте события, представить будущие действия, выбрать для себя подходящее место, позаботиться о возможном передвижении, о смене точек записи, наконец, предвидеть, где будет самое характерное, «говорящее», «звучащее» место. Важно подумать и о том, где и как он будет выбирать собеседников, представлять их, о чем спрашивать. Импровизация хороша, когда она надежно подготовлена.

При передвижении с магнитофоном следует помнить о микрофоне: как и где его лучше выставить, каковы могут быть технические помехи.

Музыка в радиорепортаже присутствует как естественный звук во время события, усиливая эмоциональность передачи (если она, конечно, звучит). Шумы и музыка не должны заглушать голосов журналиста и участников события, которых он пригласил к микрофону. Умение вводить шумы и музыку для самостоятельного звучания и есть режиссерское чутье журналиста, проявление его опыта. Он должен слышать весь свой материал как бы со стороны, представлять себя и одновременно быть слушателем.

Монтаж радиорепортажа, как и монтаж интервью, если он опять-таки не идет прямо в эфир, поможет убрать все лишнее, малозначительное, сделать материал более емким. При монтаже нужно внимательно относиться к стыковке эпизодов. Диссонанс в этом случае

легко угадывается и может вызвать недоверие у слушателей. Иногда журналисты добавляют уже в студии фрагменты своего описания. Следует помнить, что как бы ни старались они войти в тональность непосредственной беседы, в тональность записи на месте события, ее особенностей не повторить, репортаж неизбежно потеряет органичность и естественность звучания. Лучше оставить на пленке некоторые языковые огрехи, чем переписывать текст в студии.

Как добиться краткости, лаконичности и в то же время информационной плотности и образности языка? Говорить свободно, интересно, по-деловому – дар. Он есть не у всех. Значит, нужно развивать в себе это умение. Один из способов – написать текст, затем пересказать его своими словами, не заглядывая в запись. Это даст возможность заметить свои слабые места (длинноты в описании, неумение четко поставить вопрос или кратко представить собеседника), работать над их устранением и в конечном итоге добиться емкости литературного текста. Другой способ – записать на пленку радиорепортаж с эфира и внимательно изучить его с точки зрения структуры и постановки вопросов. Заметив чужие ошибки, нужно постараться устранить их в своем учебном пересказе данного материала у микрофона.

При ведении репортажа с масштабного события, крупного спортивного праздника, с манифестации или со съезда, с многочисленного митинга репортеры могут работать вдвоем-втроем. Это дает возможность подстраховать друг друга, осветить событие с разных сторон, дать его панораму. Переключение с одного микрофона на другой создает передышку для журналиста, а значит, возможность собраться и, если нужно, перестроиться. Такие радиорепортажи ведутся из передвижной радиостудии. И «дирижирует» ими звукорежиссер.

Радиорепортаж – информационный жанр, но он соседствует на радио с комментарием и композицией – жанрами, в которых преобладают аналитическое начало в первом случае и художественное – во втором.

Радиоотчет. Отчет в журналистике, как правило, отличается от научного официального отчета более краткой, динамичной и емкой формой. В основе делового отчета лежит описание итогов определенной работы, пути достижения ее результатов. Здесь важно показать ее этапы и характерные признаки. Значим сам ход достижения результатов, сам процесс выполнения какого-то поручения. В журналистском отчете, если речь идет об освещении конференции, совещания или какой-либо встречи, корреспондент по ходу дела «монтирует» процесс изложения информации: отбирает ее, «прессует», чтобы дать квинтэссенцию происходящего. Эта тенденция все явственнее проступает в специфике современного отчета в условиях дефицита времени. Нецелесообразно тратить эфир на детали, частности, подробности. Главное – представить суть, состояние проблем и возможные пути их решения.

Отчет во многом похож на репортаж, их роднит функциональная общность: рассказ о событии с места, где оно происходит. Различаются эти два жанра предметом повествования, т.е. своим материалом. И еще пространством, где происходит действие. Репортаж записывается на месте события, происходящего, как сказали бы социологи, «в поле»: это живое, разнообразное по характеру действие, в котором непосредственно участвуют много людей (пуск нового цеха, демонстрация или митинг на площади, уборка урожая, выставка, спортивное соревнование и т.д.). Отчет же посвящен рассказу о том, что происходило на собрании, заседании, слете и т.д.

Монтаж материала отчета предоставляет корреспонденту возможности для маневра, расстановки акцентов и даже для собственных оценок. Репортаж записывается *во время события;* отчет, как правило, – *после его окончания.* В репортаже журналист следует за событием; в отчете он, видя его целиком, осмысленно выбирает нужные фрагменты.

Эти различия между репортажем и отчетом наиболее ярко проявляются в работе над спортивной тематикой. Так, журналист, ведущий репортаж о футбольном матче со

стадиона, и журналист, пишущий отчет об этом матче, будут работать с той разницей, которая предопределена разновидностями этих жанров, задачами, стоящими перед ними.

Цель радиоотчета, как и репортажа, – дать слушателям представление о содержании, развитии события, передать его самые важные моменты. Журналист, как правило, записывает ход того или иного события на пленку, иногда выборочно, что зависит от степени важности происходящего, от лиц, принимающих участие в обсуждении проблемы. Но обычно время течения события не совпадает со временем, предоставленным для отчета в эфире, которое намного меньше объема времени самого действия. Поэтому журналист передает лишь часть информации, сжимая время, называя только значительных по социальному статусу, авторитету, административному положению выступающих, выбирая самые важные, интересные фрагменты.

Из отобранных записей предпочтение отдается наиболее ярким выступлениям, при этом учитывается и качество записи. Затем журналист вместе с оператором монтирует, собирает весь материал в студии, записывает куски своего текста, чередуя их в хронологическом порядке с фрагментами документальной пленки. В результате получается небольшая информационная «композиция» – радиоотчет. Сам журналист в данном случае выступает в качестве слушателя.

Немаловажную роль играет и мастерство оператора, собирающего всю передачу и монтирующего ее на пульте. Негативная сторона такого монтажа – звуковое несоответствие фона записи в зале (шум, атмосфера) с записью в студии (ее специальная акустика). Иногда журналисты прибегают к небольшой уловке: записывают отдельно шум в зале, а потом «подкладывают» его на свое выступление в студии, создавая видимость прямой трансляции (об этом подробно см. в следующей главе).

Основная работа журналиста над радиоотчетом заключается в умении оценить выступления ораторов. Нужно учитывать и особенности ведения записи при большом скоплении людей: выбор точки для установки микрофона, возможность оперативной смены кассет. Опытные журналисты, как уже говорилось, могут записывать не все подряд, а ориентируясь по ходу, включая микрофон в самые ответственные моменты. Правда, это часто грозит потерями: «съеданием» начала фразы, обрывками фраз...

В целом же работа журналиста над отчетом продиктована особенностями радиокоммуникации: уметь делать многое здесь, сейчас, во время проведения записи. Это свойственно работе над разными радиожанрами, с теми разновидностями подходов, которые необходимы в подготовке передачи того или иного из них.

Во времена господства коммунистической идеологии отчет был жанром, с помощью которого велась пропаганда партийных документов, давались директивы, установки, навязывалось преобладающее мнение по тому или иному вопросу развития экономики, образования, культуры – всех важных сфер жизни общества. Самые значительные по тематике радиоотчеты посвящались партийным съездам, конференциям, собраниям, сессиям Советов разных уровней, всевозможным хозяйственным активам, встречам государственных чиновников с зарубежными делегациями... В таких передачах не допускалась никакая инициатива журналиста. Они строились по жестко установленным «колодкам», были скучны, трафаретны и по содержанию, и по композиции. Люди с трибуны говорили, как правило, по заранее написанному референтами тексту, шаблонно, интонационно невыразительно.

С начала 90-х годов, с развитием новой журналистики отчеты стали меняться. Сначала им на смену пришли трансляции со съездов народных депутатов СССР, РСФСР. В эфире передавалось все, что происходило в зале. Невиданная ранее глубина и острота выступлений явились школой воспитания нового мышления слушателей. Это были отчеты, совпадавшие по времени с ходом события. Они транслировались в прямом эфире, что намного повышало эффект воздействия на аудиторию.

Но эти трансляции тоже ушли в прошлое, они стали кратким эпизодом демократизации общественной жизни: с одной стороны, для части слушателей, зрителей

такое количество политической информации, заполнявшей радио- и телеэфир, было не нужно, с другой – сами чиновники стали понимать, что допускать широкую аудиторию в святая святых политической «кухни» невыгодно власти.

С появлением частных фирм и компаний, с возникновением необходимости различными государственными учреждениями рекламировать свою деятельность стали чаще, чем прежде, организовываться пресс-конференции. Отчеты с этих событий появились в радиоэфире, как и в других средствах массовой коммуникации. Функциональные изменения жанра частично изменили и его содержание, и его структуру. Теперь для журналиста стало важным не столько пересказать факты, сколько передать атмосферу события, показать все разнообразие поведения его участников.

Радиоотчет еще более приблизился к радиорепортажу и комментарию: живое описание места презентации, ее участников, «картинки» события – репортажные по своему характеру. Оценка происходящего, мнение журналиста о проблемах на пресс-конференции стали содержать элементы анализа.

С развитием новой политической ситуации жанр отчета, не меняя своей основной функции, частично изменяет содержание и форму, становится более живым, подвижным, красочным, насколько позволяет само событие.

Виды отчета зависят также от разновидностей его функциональной направленности. В *информационном отчете* преобладает информация, в *аналитическом* – оценки. Жанр отчета как бы устремляется в соседнюю группу жанров – аналитическую, тяготея к обозрению.

Из жанра обозрения, в котором, естественно, сталкиваются и сопрягаются разнофактурные материалы, разные стили речи и разные манеры общения со слушателем, в радиоотчет перешел очень интересный прием, позволяющий журналисту корректировать и выражать свое отношение к событиям, о которых идет речь, и к людям, в них участвующим, не прибегая к открытым оценкам – «хорошо», «плохо», «правда», «сомнительно» и т.п. Журналисту для того чтобы слушателю была понятна его точка зрения, достаточно найти стиль речи, который будет или продолжать манеру выступающих, или контрастировать с ней.

Корреспонденту поручили отчет с селекторного совещания по вопросу несвоевременной выплаты пенсий. Тема для конца 90-х годов не просто болезненная, но социально взрывная. Отправляя журналиста на задание, предупредили, что положение в регионе тревожное, денег нет, Федеральный пенсионный фонд выполнить свои обязательства не может, хорошо бы не возбуждать эмоции пожилых людей, особенно если учесть, что у многих из них пенсия – это единственное средство существования.

В селекторном совещании приняли участие весьма значительные по рангу начальники, которые обеспокоенно излагали ситуацию, даже не очень ее приукрашивая. Высказывались они, как и полагается чиновникам, на языке каноничного отечественного канцелярита: «администрация отмобилизовывает значительные силы для выполнения...», «своевременное финансирование представляет собой генеральную задачу, выполняемую руководителями под их персональную ответственность», «решение властей о социально-экономической обстановке в различных территориально-административных единицах...». Затем выступил ученый-экономист: «...концептуальная транскрипция движения финансовых потоков вместе с регенерацией оборотных средств и реструктуризацией фондовых накоплений...»

Все это произносилось четко, уверенно, безапелляционно и совершенно не заинтересованно. А потом прозвучала реплика корреспондента. Он говорил усталым голосом, чуть иронично и с демонстративной простотой:

«Задачи ясны. И можно даже поверить, что они будут выполнены, – слишком большие силы мобилизованы. Но у меня остался горький осадок от этого совещания и от всех этих выступлений.

Во-первых, всем этим начальникам стоило бы свое рвение проявить пораньше, пока ситуация не приблизилась к кризису.

А во-вторых, и эта мысль теперь постоянно преследует меня, вся эта суета не во имя бедных наших бабушек и дедушек, не для самих пенсионеров затеялась, а затеялась она, потому что вот-вот пожалует к нам высшее должностное лицо в государстве – президент. Характер у него крутой, указания по поводу пенсий он дал жесткие – вот и боятся чиновники получить нахлобучку.

Ну а через месяц, через полгода что будет, когда никакого высокого гостя на горизонте не окажется?..»

Социальная оценка появляется и из текста, и из интонации.

Современный радиоотчет предоставляет журналисту большую свободу не только в изложении содержания события, но и в обогащении материала. Монтаж может быть довольно подвижен, не ломая, естественно, хронологии события.

Обзор печати – это информационный материал, который преследует несколько целей: довести до сведения аудитории основные проблемы политической, социальной, экономической, культурной и спортивной жизни страны или отдельного региона, на который вещает станция, представить многообразие точек зрения На эти актуальные проблемы; обозначить наиболее дискуссионные вопросы, поднятые в прессе, по возможности сопоставляя разные мнения с собственной позицией радиожурналиста и его редакции; проинформировать аудиторию о наиболее сенсационных материалах, опубликованных в той или иной газете или журнале; и, наконец, выполнить откровенно рекламную функцию, привлекая внимание слушателей к какому-либо конкретному изданию.

Заметим, что обзоры бывают и чисто рекламного характера, когда в эфир идут лишь «завлекательные» заголовки и очень короткие аннотации к материалам с открытым призывом к аудитории: «...вы узнаете об этом, если прочитаете сегодняшний номер такой-то газеты или такого-то журнала».

Как правило, внимание обозревателя распределяется между несколькими изданиями, и в своем материале он опирается на публикации разных авторов, иногда объединяя их по тематическому или адресному признаку, а иногда, напротив, подчеркивая многообразие проблем, которым отданы страницы прессы. На многих радиостанциях существует традиция не включать «главную сенсацию прессы» или наиболее серьезную и значительную публикацию в обзор, который звучит в эфире утром. Этот материал выходит отдельно, как правило, под рубрикой, которая обычно носит название «Статья дня» или «Сенсация дня». Тем не менее, и в данном случае в обзоре надо упомянуть об этом материале, чтобы заранее привлечь к нему внимание.

Чисто рекламный обзор прессы чаще всего базируется на каком-либо одном издании, с которым у редакции есть свои организационно-коммерческие контакты. Такой обзор принимает форму своеобразной викторины.

Процитируем:

Ведущий программы. Только что мне принесли очередной

номер газеты «Московский комсомолец». Я полистал его и думаю, что он может удовлетворить здоровое любопытство огромного числа людей. В самом деле, знаете ли вы...

– Сколько будет стоить любовь избирателей к тому или иному кандидату в Государственную Думу и станут ли будущие депутаты покупать эту любовь за деньги?

– Не помешает ли Камилла Паркер Боулз, давняя любовница принца Чарльза, занять ему трон короля Великобритании?

– В какие игры со смертельным исходом играют политические и экономические советники мэра Москвы?

– Каким образом кудрявая тридцатилетняя москвичка Алена Назарова стала одной из самых известных и скандальных персон мировой индустрии моды?

– Почему телефонные психологи, работающие на телефоне сексуального доверия, не расстаются с газовым баллончиком или пистолетом?

– И, наконец, сколько причин у супружеской измены и как реагировать на информацию о том, что тебе наставили рога? Не знаете? Прочтите сегодняшний номер «МК», и вы все это узнаете.

Разумеется, это не обзор газеты, а банальная «рекламная пауза». Однако и она требует внимательного просмотра газеты и умения сформулировать вопросы так, чтобы в них прослеживалась не только бойкость перьев журналистов молодежной газеты, но и тематика их публикаций.

При работе над обычным обзором прессы перед журналистом часто возникает проблема иерархии материалов и изданий: какие публикации стоит выносить на первое место в обзоре? какие требуют подробного разбора, а какие – только упоминания? Эти вопросы очень непросты, ибо обозреватель легко может попасть впросак, выделив печатные материалы, которые конфликтно соотносятся с позицией радиостанции по тем же проблемам.

В этом случае целесообразно не только изложить или процитировать опубликованный материал, но и прокомментировать его, даже вступив в открытую полемику с корреспондентом газеты или журнала. Эта полемика может прозвучать серьезно или иронично, но, безусловно, уважительно по отношению к коллеге и уж, конечно, с упоминанием его имени и фамилии. Комментарий резко сатирического характера тоже возможен, но его трудно "уложить" в общий контекст многотемного обзора. Если проблема серьезная и противник достойный, то правомерно вынести этот комментарий за рамки обзора прессы и найти ему отдельное время в эфире.

При подготовке обзора печати его автору полезно просмотреть содержание новостных программ и актуальных комментариев своей станции. Это поможет ему, во-первых, избежать повторов, а во-вторых, обратить внимание аудитории на материалы, дополняющие и расширяющие тематику вещания.

Аналитические жанры

Напомним, что аналитические жанры радиожурналистики называют также информационно-публицистическими. В таком определении отражены специфика профессиональных задач, особенности структуры материала и языка.

«Информационный» – значит насыщенный принципиально новыми или повторяемыми, но сохраняющими актуальность социально значимыми фактами. «Публицистический» означает, что эти факты изложены через призму индивидуального восприятия и субъективных оценок журналиста, что личность журналиста, его нравственная, профессиональная позиции непременно открыты и откровенно выражены в материале.

Но если в чисто информационных жанрах самой главной задачей репортера является точное и четкое изложение фактов и событии, то в аналитических жанрах (где также необходимы объективность и точность) не менее важными становятся авторские оценки, выраженные с помощью различных средств, включая интонацию и прямое обращение к мыслям и чувствам аудитории. Факты, на которых построены аналитические материалы, являются своего рода строительным материалом радиожанра.

Корреспонденция характеризуется рядом признаков, по которым ее можно отнести и к информационным, и к аналитическим жанрам, ибо она выполняет как информационную, так и публицистическую функции. Грань здесь определяется степенью обобщений и выводов, которые являются непременным элементом этого жанра и вытекают из подробного описания сущности и характера события и его оценки журналистом. Эти обобщения и выводы в корреспонденции гораздо шире, чем в информационной заметке.

По времени звучания в эфире (как правило, не менее полутора-двух минут) и, следовательно, по объему сообщаемого материала корреспонденция превосходит информационную заметку.

При освещении важных событий корреспонденты радио часто направляют в редакции два варианта сообщений: информационную заметку и корреспонденцию, которая используется не только в выпусках «Последних известий» и других новостных программах, но и во всевозможных обзорных передачах, содержащих хронику дня, недели, месяца. Переданная в редакцию по проводам или посланная в записи на пленку корреспонденция содержит более полное и более убедительное освещение события.

Радиокорреспонденцию у микрофона, как правило, читает сам автор. Именно авторское чтение придает фактам, о которых идет речь, личностную окраску, усиливая эмоциональное воздействие на аудиторию. Слушатели понимают, что о событии им рассказывает непосредственный очевидец, и это увеличивает их доверие к материалу.

Несколько корреспонденции из разных мест, объединенные комментарием ведущего из студии, позволяют представить своеобразную панораму событий. Эта форма передачи появилась давно, дав популярность знаменитому еще в 60-е годы радиообозрению «С микрофоном по родной стране». В конце 70-х годов специально для проведения подобного рода радиообозрений и радиоперекличек был сконструирован специальный пульт «Эфир-1». По сути, именно из таких программ выросли ставшие популярными уже в 80-е и 90-е годы радиоканалы с одним или двумя постоянными ведущими, или «модераторами», – так называют журналиста, который ведет из студии программу, включая в нее поочередно сообщения корреспондентов, находящихся в данный момент в разных точках страны или мира и являющихся очевидцами различных по характеру событий (каждый из них представляет в эту общую программу свою собственную корреспонденцию).

Близка по форме к корреспонденции так называемая «комментированная новость» – небольшой по размеру информационный материал, в котором не только сообщается факт, характеризующий сущность события, но и содержится его оценка. Комментированная новость состоит из двух составных элементов: информационного сообщения о факте и мнения о нем автора сообщения – обозревателя, комментатора. Вторая, комментирующая, часть вводится в текст различными способами, например с помощью слов «Наш корреспондент сообщает, что...». Эта разновидность корреспонденции также чрезвычайно ценна для информационной службы, так как позволяет сразу же за сообщением о факте разъяснить его значение, что помогает слушателю понять сущность факта, уяснить себе его место в цепи других фактов и событий.

В течение многих лет среди профессионалов-радиожурналистов идет дискуссия по вопросу о том, обязательно ли в корреспонденцию, уходящую в эфир, включать «дополнительный звук» – документальную запись с выступлением кого-либо из участников события или просто с шумами, характеризующими атмосферу действия. Этот спор разрешает каждый радиокорреспондент и каждый раз по-разному в зависимости от творческой задачи. Если не забывать, что корреспонденция в отличие от репортажа ориентирована не столько на изложение хода события, сколько на его характеристику, и при этом учитывать, что хронометраж ее очень невелик, станет понятно, что излишнее дробление структуры корреспонденции и чрезмерные перемены ритма (а это неизбежно, если речь журналиста будет постоянно перебиваться шумами и различными голосами) не усиливают, а ослабляют внимание аудитории. Впрочем, это уже сфера профессиональных задач и мастерства.

Проиллюстрируем сказанное примером. Из города Белгорода корреспондент Ольга Карасева передала такой материал:

В Белгороде научились путешествовать в Средние века.

Если человек бредит Францией или Германией, он в конце концов может съездить в страну своей мечты. Ну а если влечет средневековая Европа?

Выход есть. Имя ему – практическая реконструкция прошлого. И пользуются им не только ученые, но и любители.

В чем его суть? Чтобы с головой нырнуть в давно ушедшее, нужно научиться воссоздавать его материальную и духовную культуру: одежду, ремесла, боевое и танцевальное искусство и т.д.

Белгородское Общество средневековой истории и культуры «Хранители», разместившееся в небольшом полуподвальном помещении современного блочного дома, занято именно этим.

За железной дверью кипит работа.

Доспехи, кольчуги, мечи, украшения... – «Хранители» все делают сами. Чтобы смастерить самый примитивный башмак а-ля XIII век, «проглатывают» кучу литературы. За источниками (летописями, хрониками) ездят даже в Исторический музей, Оружейную палату, Эрмитаж... Контачат с архивистами из разных городов.

А каких усилий стоило воспроизведение средневекового боя!.. Так, перелопатив кучу исторических монографий, зарывшись в художественные миниатюры, «хранитель» Роман Максимов воссоздал технику владения средневековым оружием. В результате ребята воспроизвели настоящий контактный бой, без каких-то дешевых сценических приемов, которыми иногда злоупотребляют в кино. А прекрасные дамы восхищенно взирали на своих рыцарей.

– Это не игра, – утверждает президент Общества Инесса Москалева. – Все очень серьезно. Интересуясь Средневековьем, облачась в костюмы, сшитые по старинным образцам, мы меняемся. С нами что-то происходит: становимся не просто «ученее», но, кажется, начинаем чувствовать дух эпохи, преображаемся в рыцарей и прекрасных дам.

Подобные экскурсы в минувшее, уверены здесь, оказывают хорошую услугу настоящему. Средневековье учит... терпимости.

– Когда узнаешь прошлое, начинаешь лучше понимать свой национальный характер со всеми его плюсами и минусами. И здесь уже нет места для амбиций. Исторические примеры подтверждают: все мы разные. Скажем, тактика ведения боя европейцами и русскими. Первые ради сохранения жизни склонны отступать, чтобы тем увереннее взять реванш. Русские же всегда шли напролом. Что лучше? То и другое можно расценить и как порок, и как достоинство. И так во всем.

Правда, не у каждого хватает мужества полюбить настоящую Историю. Поклонники вальтер-скоттовского Средневековья, например, заглянув к «Хранителям», порой уходят разочарованными: «Никакой романтики!» Да и некоторые ушли со временем в «чистое» ремесло, шоу или «исторический бизнес». Прагматичное время диктует свои прозаические интересы. Но это пройдет. Останется настоящая романтика – романтика познания.

На первый взгляд автор корреспонденции упустила некоторые явные возможности, которые предоставлял ей канал коммуникации: можно было бы записать на пленку «звуки боя» или «шум кузницы», где изготавливаются кольчужные кольца, или хотя бы дать в «живом виде» голос Инессы Москалевой. Но это только на первый взгляд, потому что в этом случае пропало бы то обаяние рассказа, та увлеченность журналиста, то органическое единство интонации и мысли, которые и составили очень важное достоинство материала.

К тому же нельзя не учитывать, что корреспонденция не имела сиюминутного информационного повода, а рассказывала о явлении если не вневременном, то достаточно распространенном во времени, следовательно, эмоции и размышления корреспондента входили в систему аргументов на равных с «документальными звуковыми доказательствами» достоверности материала.

Не случайно именно в 90-е годы в радиоэфире различных станций корреспонденция стала часто превращаться в эссе – литературный жанр, подразумевающий сознательно усложненную лексическую структуру, обилие метафор и гипербол как выразительных средств, подчеркивающих индивидуальность стиля и авторских оценок. В качестве такого примера приведем один из материалов ведущей журналистки радиостанции «Эхо Москвы» Ксении Лариной из цикла «Четыре минуты с театром»:

(Музыка; постоянные позывные рубрики.)

Голос. «Четыре минуты с театром». Ксения Ларина.

Голос Лариной. Железная женщина.

Национальную премию США в области театра получил русский театр.

Галина Борисовна Волчек достигла вершины небывалой – такое даже во сне не могло бы присниться.

Скромный белый «Колизей» на Чистых Прудах, гарантирующий зрителям качественное обслуживание, без срывов и скандалов, вновь завоевал право на собственную уникальность.

Случай? Безусловно.

Плюс непостижимое упрямство – минуя кризисы и оплакивая расставания и потери. Живут по принципу: утремся и дальше попремся, прощая подлецов и принимая предавших.

Первый свой спектакль Галина Волчек поставила, пребывая в декретном отпуске. «Пять вечеров» вторым составом репетировали артисты, обреченные на увольнение как профнепригодные.

Разговор в то время в «Современнике» был короткий: проголосовали и – до свидания.

Все участники подпольной постановки остались в театре. Кстати, среди них был и Станислав Любшин.

А Галина Волчек стала режиссером. Когда ушел Ефремов, сомнения были велики. Она понимала, что, соглашаясь на руководство театром, ставит крест на своей актерской карьере. А так мечтала играть!

За свою жизнь в театре она как актриса работала преступно мало, но каждая сделанная ею роль вошла в историю как ювелирное сочетание гротеска и пугающего драматизма. Нюрка Хлеборезка в «Вечно живых», Анна Андреевна в «Ревизоре» и, конечно, Марта в «Вирджинии Вульф».

Театрального «Оскара» она могла бы получить уже только за Марту. Давно ведь известно, что классиков бродвейской драмы никто не играет столь глубоко и отважно, как русские артисты. И полупьяная похотливая Лиз Тейлор вряд ли сравнится с нашей Галиной Волчек по уровню понимания того ужаса, в который ввергнута жизнь этой израненной и несдающейся женщины.

«Современник» не портит излишняя эмоциональность, в нем вселен дух всепрощения. «Современником» многие пользовались как бомбоубежищем и линяли оттуда в ясную погоду.

Конечно, он не безгрешен. Кого-то не увидел, кого-то пропустил, но и сам наполучал немало.

«Принимая условия игры, соблюдай их и не блефуй со своими» – этот закон соблюдается свято. Хотя, как в каждой семье, здесь намешано такое количество амбиций и биополей, что соваться сюда с советами бесполезно. Разберутся. Слишком долгую жизнь прожили, чтобы обращаться за помощью в народный суд или службу доверия.

«Современник» никогда не обманывает зрителя. Даже неудачи его откровенны и доверительны, как наспех отправленные письма с косноязычными, но искренними предложениями. Ему иногда изменяет вкус, когда к шикарному платью вдруг привязывается отвратительный дешевый бант, и он мозолит глаза, как зеленый пояс у чеховской Наташи.

И в этом тоже прелесть «Современника» с его привычными, стареющими звездами, которые так хотят остаться молодыми, и его юными лупоглазыми дарованиями, единственный талант которых – очарование возраста.

Мама Галя таит в себе столько чужих страданий и чужих обид, что они давно смешались с ее собственными и разобраться, где чье, уже невозможно даже ей самой, да и незачем уже.

(Музыка.)

Голос. Это была Ксения Ларина, «Четыре минуты с театром».

(Музыка.)

Комментарий – это мнение компетентного человека, журналиста или специалиста, о событии, явлении, факте. В отличие от интервью, где журналист выступает как представитель группы слушателей и предлагает компетентному лицу ответить на те вопросы, которые, как он предполагает, интересуют аудиторию, в комментарии журналист или специалист высказывает свое мнение, сообразуясь с тем, что он сам считает важным в событии и о чем, по его мнению, необходимо проинформировать слушателя. По способу включения комментария в программу вещательного дня можно выделить два его вида: *комментарий, являющийся самостоятельной передачей* (или определенной законченной структурной частью программы), и *краткий комментарий, входящий как составной элемент в ту или иную сложную передачу* (например, в выпуск новостей, или в «Спортивный дневник», или в обозрение, подытоживающее наиболее важные события прошедшего дня, недели, а иногда и месяца). Начнем со второго.

В выпуски новостей обычно включается краткий оперативный комментарий. Хотя такой комментарий звучит всего одну-три минуты, он сохраняет все признаки, присущие этому жанру. Его назначение – более обстоятельно, чем это можно сделать в информационной заметке, осветить и оперативно проанализировать важнейшие события дня. В оперативном комментарии информация находит свое дальнейшее развитие. Получив из текущих информационных сообщений краткие сведения о происходящих или происшедших событиях, радиослушатели узнают затем об их значении, причинах

взаимосвязи с другими событиями и фактами. Важной особенностью конкретно-событийного (оперативного) комментария является то, что его приходится готовить в предельно сжатые сроки, часто в течение одного-двух часов. Это условие определяет специфику работы журналиста-комментатора. Он должен обладать широким политическим кругозором, большим и постоянно пополняющимся объемом знаний, осведомленностью и отличной профессиональной реакцией. Ему, безусловно, необходимы специализация в пределах конкретной тематики, мастерское владение оперативными жанрами радиожурналистики. В этом случае стираются грани оперативного и проблемного комментариев. В качестве примера приведем комментарий одной из московских информационно-музыкальных радиостанций, уделяющей особое внимание вопросам культуры и потому обращающейся к достаточно определенному кругу слушателей:

Ведущий программы. Несколько часов назад сразу несколько информационных агентств передали сообщение, которое немедленно стало сенсацией в театральном мире: руководитель Московского Художественного театра имени Чехова народный артист СССР Олег Ефремов заявил о своей отставке. Комментарий нашего обозревателя Александра Александрова.

Александров. Сначала ИТАР-ТАСС, потом и ряд зарубежных агентств передали эту сенсационную новость, ссылаясь на слова знаменитого актера и режиссера, будто бы сказанные им сегодня утром на коллегии Министерства культуры. Ефремов говорил о том, что изнурительная болезнь не позволяет ему в полной мере выполнять многотрудные и разнообразные обязанности руководителя театрального коллектива и он собирается передать руль мхатовского корабля кому-либо из своих учеников.

И тут возникает множество вопросов.

С одной стороны, Ефремов и Московский Художественный театр неразделимы.

(Пленка.)

Голос Ефремова. Я, собственно, и в актеры решил пойти после того, как мальчишкой во время войны, когда МХАТ вернулся из эвакуации, посмотрел великий спектакль Немировича-Данченко «Три сестры». Посмотрел – и на всю жизнь заболел и Чеховым, и МХАТом. И когда кончил школу, первое, куда я двинулся, была Школа-студия при Художественном театре.

(Конец пленки.)

Александров. Этими словами Олег Николаевич обычно начинает рассказ о своей творческой биографии. Он, действительно, связан с Художественным театром всю свою жизнь, он верен его традициям и немало сил приложил для их утверждения.

После окончания Школы-студии, где он учился у легендарных мхатовских мастеров, актеров так называемого «второго поколения» – Бориса Добронравова, Павла Моссальского и других, он, очень быстро став ведущим артистом Центрального детского театра, сам преподавал в Школе-студии при МХАТе и в 1956 году составил из своих учеников ядро нового московского театра-студии, который позднее получил имя «Современник».

В 1970 году по приглашению мхатовских корифеев Ефремов возглавил театр, взяв курс на обновление труппы и репертуара. Вместе с ним пришли во МХАТ из «Современника» такие замечательные актеры, как Евгений Евстигнеев, Петр Щербаков, Михаил Козаков, Анастасия Вертинская. Еше через несколько лет по приглашению Ефремова в мхатовскую труппу были приняты Татьяна Доронина, Иннокентий Смоктуновский, Олег Борисов, Андрей Попов...

Ефремов собрал в МХАТе труппу, вполне соответствующую тем критериям и требованиям, которые обусловили всемирный успех «художественников» в первые десятилетия их существования, когда живы были еще создатели театра Станиславский и Немирович-Данченко. Ефремов поставил перед собой цель: продолжить и развить их представления о театральном искусстве, и преуспел.

Я позволю себе одно чисто личное наблюдение. Однажды в Центральном Доме актера устроили необычный спектакль... Полушутливо-полусерьезно известные актеры разыграли перед своими коллегами стенограмму какого-то очень давнего, проходившего в 30-е годы заседания театральной общественности. Мейерхольда изображал Сергей Юрский, Таирова – Роман Виктюк, Немировича-Данченко – Олег Табаков и так далее. Сыграть Станиславского согласился Ефремов. Спектакль шел под улыбки, смешки и веселые аплодисменты зала, и все соответствовало жанру театрального капустника, каким по своей сути и было это действие. Но слово предоставили Станиславскому. Ефремов, сидевший в первом ряду, встал, поправил очки, которые в это мгновение стали почему-то безумно похожи на легендарное пенсне Константина Сергеевича, и, вытянув вперед руку с текстом

стенограммы, направился к сцене. И тут произошло неожиданное. Зал, где сидели многоопытные и в большинстве своем знаменитые артисты, встал и совершенно серьезно шквальной овацией приветствовал Ефремова – так, как приветствовал бы самого Станиславского. В Ефремове элита отечественного театра как бы признавала прямого наследника самого Станиславского.

Три десятилетия его правления Художественным театром не были безоблачными. При нем наметился, а потом и созрел конфликт, который привел к разделу труппы на два самостоятельных коллектива в середине 80-х годов XX столетия – на месте одного МХАТа появились два: имени Горького и имени Чехова.

(Пленка.)

Голос Дорониной. У нас настолько разные представления об истинном предназначении театра Станиславского и Немировича-Данченко, о принципах подбора репертуара, о взаимоотношениях в труппе и еще о многом другом, что даже юбилей – 100-летие Художественного театра – мы отмечали самостоятельно. Конечно, сходили друг к другу в гости, вручили цветы и медали, но праздновали все-таки отдельно, каждый по-своему.

(Конец пленки.)

Александров. Это говорит Татьяна Васильевна Доронина, блистательная актриса, тоже выпускница Школы-студии МХАТ, партнерша Ефремова по сцене и по экрану (их великолепный дуэт в фильме «Три тополя на Плющихе» миллионами зрителей воспринимался как идеальное творческое содружество), а ныне художественный руководитель МХАТа имени Горького, куда после раздела труппы ушли от Ефремова несколько десятков актеров «первого положения» и просто хороших актеров.

Достаточно серьезный кризис в «чеховском» МХАТе наметился к концу 90-х годов, как раз к 100-летнему юбилею. Кроме поставленных самим Ефремовым «Трех сестер» в юбилейной афише явно не хватало спектаклей, соответствующих такому событию; резко упала дисциплина труппы, что не могло не сказаться на подготовке новых работ и ритмичности во всей художественной деятельности театра; появились сезоны, в течение которых вообще не было премьер, а работа над новыми названиями шла так вяло и, очевидно, неинтересно, что сами участники репетиций позволяли себе скептические высказывания.

Ефремов сильно болел и подолгу отсутствовал. Он практически отошел от преподавательской деятельности, и последний его студенческий набор в Школе-студии весной 1999 года выпускался афишей, на которой не было ни одного спектакля, поставленного самим Ефремовым.

Так сложилась ситуация к весне 1999 года, когда Ефремов решает круто изменить ее.

Он зачисляет в свою труппу почти полностью весь выпускной курс – более 10 молодых актеров, объявляет о возвращении на сцену (в новой редакции!) «Бориса Годунова», где он сам по-прежнему исполняет заглавную роль. Этот спектакль – одно из самых замечательных событий в художественной жизни всей страны в середине 90-х годов. В это же время Ефремов начинает репетиции пьесы Ростана «Сирано де Бержерак». Начинаются съемки нового цикла телепередач, посвященных Чехову и Художественному театру.

И вот в такой момент приходит сообщение о том, что Олег Николаевич уходит...

Правда ли это? Нет ли в этой информации желания кого-то из недоброжелателей ускорить события. Театральная жизнь – штука сложная, в ней часто принимают желаемое за действительное, и амбиции порой преобладают над здравым смыслом.

Второй вопрос: если это правда (что выяснится очень быстро), то кто на смену? Это все-таки Московский Художественный театр имени Чехова со всей его значимостью, значительностью и традициями.

В театральных и околотеатральных кругах называют несколько фамилий. Прежде всего Олег Табаков – ученик Ефремова, создатель своего театра, весьма успешный, как он сам говорит о себе, артист и режиссер, связанный с Художественным театром всю свою жизнь.

Но у Табакова свое театральное дело, своя «Табакерка» вот уже десять лет, которая требует сил и внимания. Плюс еще ректорство в Школе-студии имени Немировича-Данченко, плюс Американская Школа театрального искусства в Бостоне, плюс гастрольная деятельность и кино... Словом, Олегу Павловичу предстоит трудный выбор для уже немолодого человека с двумя инфарктами.

Называют также Александра Калягина, нынешнего председателя Союза театральных деятелей, который, впрочем, тоже недавно открыл свой репертуарный театр под названием «Et cetera», артиста Сергея Юрского, театроведа Анатолия Смелянского. У каждого из них есть свои основания претендовать на трон руководителя Художественного театра, но это уже повод для другого разговора.

Если, конечно, грустная информация об отставке Олега Николаевича Ефремова, пришедшая сегодня на наш редакционный телетайп, соответствует действительности...

Ведущий. Вы слушали комментарий нашего театрального обозревателя Александра Александрова.

В этом комментарии несомненны прежде всего блестящее знание радиожурналистом темы и его подготовленность. Очевидно, что информация не застала его врасплох, что в его личном архиве были и звукозаписи, которые как раз «пришлись к месту», и фактический материал, позволивший придать частному факту – заявлению об отставке – значительность важного для нашей культуры события. Кроме того, журналист никоим образом не скрывает своей личной оценки: «грустной информацией» откровенно называет он сообщение об отходе выдающегося театрального мастера от активной творческой деятельности, искренне полагая, что эта новость опечалит не только его, но и многих любителей театра и кино.

Назначение *проблемного комментария* – рассмотреть важную социальную проблему, затрагивающую интересы большого количества людей, а может быть, и всей страны; исследовать широкую панораму событий, действий отдельных граждан, государственных учреждений, партий или правительства, при этом глубоко анализируя факты.

Для аргументации и выводов комментатор вправе привлекать значительно больше информации, чем в оперативном комментарии. Это определяет и структуру проблемного комментария. Если для событийного комментария характерны изложение одной основной, ведущей идеи и обычно единый подход к ее анализу, то в проблемном комментарии при одной основной теме возможна разноплановая аргументация. В прямой зависимости от такой более сложной структуры находится и объем проблемного комментария, который занимает 5–10 минут, тогда как оперативный – 2–4.

Построение любого комментария может быть различным. В одном случае комментатор, высказывая свое мнение о факте, начинает с общего вывода, подкрепляя его аргументами и объяснениями; в другом – вывод дается в конце как результат рассуждений, сравнений и сопоставлений различных аргументов, приведенных автором. Необходимые элементы комментария – мотивировка темы, анализ фактов и выводы.

Вначале упоминается его непосредственный повод, которым, как правило, является событие, имеющее широкое общественное звучание. О нем журналист говорит для того, чтобы можно было, принимая данное событие за основу, развить и углубить сообщение. Основная часть материала в каждом конкретном случае строится по усмотрению автора. В заключительной части автор, по существу, дает ответы на вопросы, затронутые во вводной части. Иными словами, если во вводной части, в мотивировке темы он ставит задачу комментария, то в заключительной – дает ее решение.

Успех комментария во многом зависит от богатства и разнообразия используемых в нем языковых средств и стилистических приемов. Язык журналиста должен быть максимально приближенным к устной речи. Это поможет ему установить контакт с аудиторией, вызвать интерес и привлечь внимание слушателей к рассматриваемой проблеме.

В качестве примера приведем проблемный комментарий, в котором анализируются различные аспекты очередной реорганизации отечественного телевидения и радиовещания, проходившей в самом конце века – летом 1999 года.

Ведущий программы. Сегодня Министерство по делам печати, телерадиовещания и массовых коммуникаций обнародовало правительственное постановление о проведении конкурса на получение права на телерадиовещание. Новый порядок лицензирования подразумевает, что любое юридическое или физическое лицо или группа лиц, намеревающиеся открыть новую телестудию или радиовещательную станцию, должны пройти довольно сложный, многоступенчатый путь регистрации, а также внести «единовременную плату» за получение права на эфирное вещание. Размеры этой оплаты не указаны. Очевидно, министерство будет разрабатывать размер этой платы исходя из конкретных условий: мощности станции, места организации, региона, охвата территории и т.п. – в каждом случае отдельно.

По сути, новый порядок лицензирования телерадиовещательных организаций в России должен в принципе поменять общую картину телевидения и радио. Ситуацию, которая возникла в

телерадиоэфире, комментирует директор Национального исследовательского центра телерадио Алексей Самохвалов, который в качестве советника руководителя существовавшей тогда Федеральной службы телерадиовсщания (ФСТР) принимал самое активное участие в разработке организационных, финансовых и юридических принципов и норм деятельности электронных СМИ.

Алексей Самохвалов. В последнее время внимание журналистов, пишущих о масс-медиа, приковано к вновь созданному органу госрегулирования в этой сфере, тут же получившему прозвище «министерство правды», и возглавившему его Михаилу Лесину.

Обращает на себя внимание такое забавное совпадение: рождение нового министерства, назначение Михаила Лесина, который до этого был фактически финансовым хозяином Российской телерадиовещательной компании (ВГТРК), и обнародование новых правил лицензирования совпали по времени до нескольких часов. И этот новый порядок лицензирования во всех крупных городах с населением более 200 тысяч человек Дает министру Лесину и его команде фантастические полномочия.

Действовавшее ранее Положение, разработанное ФСТР (автор этого комментария принимал непосредственное участие в его разработке и реализации, поэтому полностью отвечает за свои слова), так вот, это «старое» Положение способствовало выдаче трех тысяч лицензий в течение четырех лет, как в крупных, так и в небольших городах России. Выдача шла непросто, в печати регулярно появлялись публикации, разоблачающие чиновников телевизионного ведомства, но все же, как правило, через полгода бюрократических мытарств телерадиокомпании получали заветную лицензию.

При этом деятельность общественной комиссии по лицензированию, руководимой деканом факультета журналистики МГУ профессором Ясеном Засурским и председателем Фонда защиты гласности кинорежиссером и журналистом Алексеем Симоновым, была фактически парализована в связи с еще одним нововведением – лицензии теперь выдавать на конкурсной основе.

Остановлюсь на наиболее скандальных положениях этого документа, подписанного главой Кабинета 24 июня сего года. Сперва позволю себе процитировать вводную часть этого постановления: «В целях повышения эффективности использования ограниченного государственного ресурса – радиочастотного спектра, выделяемого для целей наземного эфирного телерадиовещания, и более полного удовлетворения потребностей населения в телерадиопрограммах Правительство Российской Федерации постановляет...»

Вот как! У нас появился «ограниченный государственный ресурс»! Как же он ограничен и как стал государственным? Еще раз внимательно изучаю Конституцию Российской Федерации, законы «О средствах массовой информации», «О связи», «О недрах», «Об информации, информатизации и защите информации», другие, и нигде – ни прямо, ни косвенно – не нахожу подтверждения тому, что радиочастотный спектр является государственным ресурсом. Более того, три года представляя нашу страну в европейском Комитете по трансграничному вещанию, не припомню столь оригинального взгляда на радиочастотный спектр ни в одной из стран, да и международном праве тоже. А если учесть, что новое поколение телевизоров позволяет принимать в восемь раз большее количество каналов плюс частоты, закрепленные за силовыми ведомствами, которые вполне можно передать отечественным теле- и радиокомпаниям, то становится понятно, что никакого дефицита частот в нашей стране нет и быть не может.

Зато есть новые «правила игры»: сегодня, чтобы реализовать свое конституционное право распространять информацию с помощью ТВ или радио в крупном городе, соискатель должен:

– зарегистрироваться как юридическое лицо или частный предприниматель;

– зарегистрировать средство массовой информации;

– выиграть конкурс на право наземного телерадиовещания;

– получить лицензию на это;

– добиться лицензии на связь.

Года на все эти дела явно не хватит. Подобного безобразия нет ни в одной европейской стране, как не было до недавнего времени и у нас. Тем самым Россия еще больше отдалилась от международных стандартов в области телерадиовещания.

Мотивы введения конкурсов достаточно ясны: это внедрение «единовременной платы за получение права на эфирное вещание», размеры которой разработчиками правительственного положения разумно умалчиваются.

Когда на недавней пресс-конференции дотошные журналисты попытались узнать у бывшего главы ФСТР, а теперь заместителя «министра правды» Михаила Сеславинского хотя бы примерную

цифру средств, требующихся на разработку московского дециметрового канала, внятного ответа не получили.

(Пленка.)

Голос Сеславинского. Я хотел бы подчеркнуть, что для пролонгации лицензии те, кто имеют ее сейчас – даже самые законопослушные держатели, получившие ранее право на вещание без конкурса, – даже эти владельцы лицензий должны будут заплатить... Я еще раз обращаю внимание, что финансовая составляющая конкурса – это важнейший компонент этого конкурса...

(Конец пленки.)

Алексей Самохвалов. Итак, терминологический словарь нашего телевидения благодаря Михаилу Владимировичу Сеславинскому пополнился еще одним термином – «финансовая составляющая». Это очень любопытная маскировка. Обратите внимание: господин Сеславинский, вице-министр Минпечтелекома, ни слова не сказал о том, в чем должна заключаться «творческая составляющая», или, проще говоря, концепция вещания новой теле- или радиостанции; как должны быть представлены тематические, жанровые, интеллектуальные, эстетические параметры новых радио- или телевизионных программ.

Когда его спросили об этом, Михаил Владимирович заявил:

(Пленка.)

Голос Сеславинского. Дело в том, что, по нашему мнению, объективные критерии оценки концепции вещания практически невозможно выработать.

(Конец пленки.)

Алексей Самохвалов. Вот так, не больше и не меньше! Вице-министр «министерства правды» заранее расписывается в своей профессиональной беспомощности, а точнее сказать, в непрофессионализме своем собственном и своего ведомства в целом. А может быть, дело в том, что творчество журналистов его не сильно интересует? Прежде всего – деньги на бочку!

Конечно, в обнародованном постановлении Правительства есть множество «правильных» слов об интеллектуальных потребностях населения и их удовлетворении. Но кто об этом вспомнит? Главное – не мешайте новому «министерству правды» и его чиновникам работать, т.е. «зарабатывать».

Комментарий – это, как мы уже говорили, всегда мнение компетентного человека. Но чрезмерное подчеркивание в комментарии абсолютной правильности своих тезисов, безошибочности собственного мнения, как правило, вызывает у слушателя отрицательную реакцию. Любое утверждение комментатора должно быть обоснованным, тщательно аргументированным, высказанным в тактичной, ненавязчивой форме.

Огромное значение имеют личность комментатора, его осведомленность, широта взглядов, манера говорить. Очень часто эффект идущего в эфир материала предопределяется авторитетом комментатора, пользующегося уважением и доверием слушателей. Поэтому бывает целесообразно в самом начале передачи привести доводы, говорящие в пользу компетентности данного лица, подтверждающие его моральное право высказать мнение по обсуждаемой проблеме, – так, как это сделано в «подводке» к приведенному выше комментарию.

Одна из модификаций жанра, соединяющая качества событийного и проблемного комментария, – *реплика*. В настоящее время она получила распространение в связи с развитием независимых коммерческих радиостанций, где особенно ценится эфирное время. Реплика занимает в эфире максимум 1,5–2 минуты (менее одной страницы машинописного текста). Она всегда посвящена животрепещущей проблеме и окрашена в откровенно сатирические тона. Как правило, с *репликой* выступают известные, авторитетные публицисты, умело соединяющие остроту стиля и бескомпромиссный подход к проблеме.

Иногда циклы подобных коротких комментариев на самые разные политические и социальные темы складываются в вещательной программе в постоянную рубрику, которая получает название по имени журналиста. Так, в течение ряда лет на радиостанции «Эхо Москвы» огромный интерес аудитории вызывала ежедневная «Реплика Андрея Черкизова», выходившая в эфир несколько раз в течение дня. Отталкиваясь от какого-либо факта общественной жизни, журналист, по его собственным словам, «старался извлечь из этого факта его смысл и нравственное ядро».

В дни очередного бандитского мятежа на Северном Кавказе все каналы радио и телевидения передавали информацию о том, что чеченские боевики под руководством

иорданца Хоттаба и Шамиля Басаева вторглись на территорию Дагестана и что Владимир Путин – директор Федеральной службы безопасности, только что назначенный новым премьером правительства, объявил об очередных решительных мерах. (Для понимания ситуации важно заметить, что престиж правительства и президента в это время упал до неприлично малых величин.)

А вечером на канале радиостанции «Эхо Москвы» прозвучало:

(Музыка, постоянные позывные рубрики.)

Голос Черкизова. Андрей Черкизов.

(После короткой паузы очень энергично и иронично.)

...Весь день по Москве катались БТРы. Кто-то их видел на шоссе Энтузиастов, говорит газета «Коммерсантъ», а кто-то – на Николоямской, возле Кремля. Нам что, напоминают, как БТРы выглядят?

Не устану повторять: вокруг нынешних событий в Дагестане очень много невнятицы, генеральской суеты, политической истерики и очень мало смысла.

На нашем сайте в Интернете один из постоянных участников форумов, некий Сергей Эдуардович, вывесил несколько вопросов – они показались мне вполне справедливыми, я их воспроизвожу. Вопрос первый: «В бытность мою горным туристом я Чечню и Дагестан прошел вдоль и поперек: там вам не равнина, и широким фронтом границу не перейдешь. Перевалов мало, пять или шесть, и не через каждый легко пройти с оружием, а контролировать перевал относительно легко, и вдруг узнаю, что в Дагестане появились бандиты из Чечни. Никто не охранял перевалы? Почему федеральные войска не взяли их под свой контроль еще в начале чеченской войны? А сегодня, в среду, узнаю еще о подбитых чеченских танках в Дагестане.

Через какой перевал приехал в Дагестан танк из Чечни? Или там подпольный танковый завод?»

Вопрос второй: «Как Хоттаб попал в Чечню? Прямых рейсов Оман – Грозный вроде бы нет».

Третий вопрос: «Почему у неуловимого Басаева так легко взять интервью?»

У интернетовского собеседника были и другие вопросы, но остановимся хотя бы на этих.

К перевалам и танкам я добавил бы еще вот что: судя по многим публикациям, о возможной активизации якобы чеченских боевиков на юге Дагестана Москве было известно еще несколько месяцев назад. Так какого же рожна федеральные власти терялись и не упреждали?

В «Коммерсанте» за среду говорится, что бомбочки, упавшие ошибочно на Грузию, были кассетными. Если это правда, то что – это наш подарок Женевским конвенциям по случаю их 50-летия?

И еще вот сообщение агентства «АиФ». Цитирую: «Политолог Николай Баранский заявил журналистам, что события в Дагестане и попытка захвата власти исламскими экстремистами – часть некоего сценария, целью которого является введение в стране чрезвычайного положения и отмена парламентских и президентских выборов. По мнению Баранского, определенным силам в администрации президента России выгодно дальнейшее трагическое развитие событий. В подтверждение своих слов он привел тот факт, что незадолго до проникновения чеченских боевиков в Дагестан из республики были выведены шесть подразделений внутренних войск и погранвойск, контролировавших административную границу. Складывается впечатление, что Верховное руководство страны для того и привело решительного Путина во власть, чтобы обеспечил «орднунг» (порядок).

Чем заканчиваются такие попытки, мы с вами уже дважды знаем.

(Позывные.)

Голос. Это реплика от Андрея Черкизова. «Эхо Москвы».

Андрей Черкизов добился огромной популярности у аудитории, представляющей разные слои населения именно тем, что каждому своему выступлению у микрофона он придает черты личной озабоченности именно той проблемой, которой посвящен комментарий. Для этого используется сложный арсенал средств: и жесткость политических формулировок и оценок, и интонационное своеобразие речи – журналист не стесняется ни пафоса, ни иронии, и система аргументов, опирающихся на личные наблюдения автора, включая факты его собственной биографии. Черкизов никогда не стесняется говорить «от себя», прежде всего от собственного имени, но с полной верой в то, что среди слушателей у него есть достаточно большая группа единомышленников.

Вот эти свойства отличают в принципе стиль *авторского* комментария как разновидности жанра. Он свойствен многим мастерам радиопублицистики на рубеже XXI века, но, пожалуй, именно на «Эхо Москвы» утвердился раньше, чем на других СМИ.

Беседа – распространенный жанр агитационно-просветительского характера, который сохраняет свое значение в вещательных программах. Хотя по своему временному объему, масштабу проблем и психологическим особенностям восприятия беседа практически не вписывается в информационное вещание, она тем не менее требует отдельного, самостоятельного места в эфире. Радиобеседа обычно существует в сетке вещания или в качестве отдельной рубрики, или в структуре комбинированной формы радиожурналистики – «канала», «блока», радиожурнала, радиогазеты и т.п.

Своеобразие радиобеседы, ее эстетические и структурные признаки обусловлены тем, что в отличие от интервью, репортажа и комментария здесь используется только одно выразительное средство радиожурналистики – звучащая речь.

Любая беседа предполагает ситуацию речевого общения – разговора, в котором принимают участие собеседники. Рассматриваемый нами жанр радиожурналистики потому и получил название радиобеседы, что ему свойственна эта ситуация, однако не в обычном, а в трансформированном виде. Специфика разговора у микрофона состоит в том, что, во-первых, собеседники не присутствуют физически в одном месте, а отделены друг от друга пространством; во-вторых, в процессе радиособеседования один из собеседников – автор, находящийся у микрофона, обращается с «диалогическим» монологом к радиослушателю, который мыслится как активный участник этого двустороннего контакта. Автор привлекает слушателей к участию в анализе своего материала. Пожалуй, некоторую аналогию этому процессу можно обнаружить в таком жанре эпистолярной литературы, как письмо: автор письма также ведет мысленный разговор с адресатом.

Лекция в зале почти всегда предназначается для определенного круга людей, специально интересующихся данной темой, имеющих хотя бы общие представления и знания в этой области, знакомых со специальной терминологией. Радиоаудитория же, слушающая беседу, как правило, самые разные слои населения, различающиеся по своим запросам и интересам, по уровню общих и специальных знаний. Научные идеи, сложные проблемы политики, экономики, культуры в радиобеседе излагаются популярно, в доступной форме, с расчетом на активное восприятие массовой аудиторией.

Слушатели с самого начала и в течение всей передачи должны улавливать ход мыслей автора. Этот процесс можно назвать параллельным мышлением, сопереживанием, когда слушатель одновременно с выступающим у микрофона оказывается перед проблемой и вместе с ним на основе им обоим известных фактов приходит к определенным выводам. Это требует от беседы последовательного, логического развития одной главной идеи. Отступления, которые возможны и часто неизбежны в беседе, должны лишь подтверждать, иллюстрировать, усиливать главную мысль.

Многолетний опыт радиожурналистики свидетельствует о том, что подобный процесс параллельного мышления чаще всего возникает у слушателя тогда, когда автор беседы говорит у микрофона без заранее написанного текста, т.е. выступает с импровизированной речью. Именно естественный процесс мышления, который обязательно отражается в эмоциональной окраске беседы, в живой разговорной интонации, вовлекает слушателя в собеседование, заражает его предметом разговора. Стилистика устной речи, непосредственное обращение к слушателю как к равному собеседнику создают тот эффект присутствия, который считался привилегией внестудийных передач, в основном репортажа.

Действительно, для внестудийных передач (радиорепортажа) этот эффект характерен. Но создание эффекта присутствия должно быть целью любой передачи, в каком бы жанре она ни была решена.

Если в репортаже микрофон переносит нас на место события, превращает слушателя в его участника, то в других жанрах, в данном случае в беседе, этот эффект достигается благодаря тому, что автор, выступающий у микрофона, «приходит» к слушателю домой и

говорит с ним в привычных для него условиях. Только в этом случае передача создает эффект присутствия, по-настоящему волнует и увлекает слушателей, а личность выступающего становится им небезразличной. Решающую роль при этом играет слово: форма его подачи, интонация.

Установлению контакта выступающего у микрофона со слушателем мешает, как это ни парадоксально, использование таких, казалось бы, естественных для радиовещания слов, как «радиослушатели», «микрофон», «пленка». Эту помеху можно, да и нужно устранять, ибо общение говорящего у микрофона и слушающего у себя дома с помощью радиоприемника или репродуктора совсем не требует, а наоборот, исключает постоянное напоминание о том, что один из них слушатель, что беседа происходит посредством радио. Слова «Рядом со мной сейчас Михаил Михайлович Иванов» более уместны, чем: «Рядом со мной у микрофона сейчас находится Михаил Михайлович Иванов», а разве обращение «Здравствуйте!» хуже и несет меньше информации, чем «Здравствуйте, товарищи радиослушатели!»

Создать атмосферу живого общения журналисту помогут актуальность рассматриваемой в беседе темы, занимательность, оригинальный сюжет, живое начало передачи.

Беседа – это не просто описание и оценка явления или события. Часто уже само название передачи предопределяет интерес к ней, и чем удачнее выбрана тема, тем меньше необходимость в ее пространной мотивировке.

Решающим фактором для возбуждения интереса к беседе может быть и личность выступающего: имя автора, его компетентность в той области, которой посвящен разговор, уже сами по себе могут привлечь внимание слушателя.

Беседа по радио отличается от непосредственной живой беседы тем, что слушающий не может прерывать выступающего, задавать ему вопросы, переспрашивать. Поэтому автор должен предвидеть возможные вопросы и отвечать на них так, как если бы он общался с «живой» аудиторией.

Для того чтобы контакт говорящего со слушателем был действительно прочным, полезно употреблять формы прямого обращения к слушателям. Это на первый взгляд формальное требование психологически глубоко обоснованно. Так, если автор решит использовать слово «вы», он обязательно должен будет ответить на вопрос, какое отношение к слушателю имеет предмет беседы, т.е. вынужден будет объяснить слушателю важность для него, слушателя, обсуждаемого предмета. И если ему это удастся, слушатель примет беседу близко к сердцу, она затронет его мысли и чувства.

В качестве примера приведем несколько фрагментов из беседы доктора исторических наук, академика Российской Академии образования Игоря Бестужева-Лады, опубликованной под заголовком «Влипли в историю».

Поводом для приглашения известного ученого к микрофону стала всколыхнувшая все общество кампания по пропаганде и распространению теории математика А.Т. Фоменко о принципиально новой хронологии событий мировой и российской истории. Об этом писали газеты и журналы, говорили телевидение и радио, наконец, в книжных магазинах появилась серия весьма солидных по внешнему виду книг на эту же тему. И радиослушатели стали писать в разные инстанции, в том числе и на свои любимые станции, письма с просьбами ответить на их вопросы и вообще разъяснить ситуацию. Один из самых авторитетных историков нашей страны согласился это сделать, причем попросил дать ему возможность провести неторопливую и аргументированную беседу со слушателями, а не «загонять» в ритм оперативного интервью. И вот что получилось.

Игорь Бестужев-Лада. Московское издательство «Крафт + Леан» выпустило четвертую по счету книжку двух авторов – Сергея Велянского и Дмитрия Калюжного – из серии «Хронотрон: версии мировой истории».

Все четыре книжки изданы в красочных, привлекательных обложках, снабжены завлекательными аннотациями и, как справедливо указано там, отличаются занимательным и доступным языком. Издание подкреплено умело поставленной телерекламой и нужными откликами в печати. Словом, перед нами – прекрасно реализованный бизнес-план. Теперь, что ни напиши о нем, – все равно получится даровая дополнительная реклама. Молодцы, ребята! Вот если бы мы примерно так же научились сеять разумное, доброе, вечное нашими школьными учебниками...

Только разумное ли сеется в данном случае?

В тех же аннотациях мы читаем: «Показано, что не было на Востоке никаких культурных центров. Не было древних цивилизаций Месопотамии, Индии, Китая. Вся культура принесена сюда из других мест». Короче, история Древнего Мира упраздняется. Авторы утверждают, что «многое, описанное в Библии, Евангелиях, мифах и историях Древнего Мира, было, но было не там и не тогда, куда и когда относит эти сюжеты традиционная история». И вообще многое было не так, как мы знаем из школьных учебников. Например, не было никакого татаро-монгольского ига, хан Батый на поверку оказывается кем-то вроде Тараса Бульбы, а Куликовская битва происходила в Москве, на общеизвестных Кулишках, и вовсе не с теми татарами. И так далее на всем протяжении мировой и российской истории вплоть до Новых времен.

Что же получается? В тысячах университетов мира дураки в профессорских мантиях несколько веков подряд делают вид, что мучаются над древними документами, продолжая мусолить разные вздорные сказки. А еще более глупые преподаватели истории в сотнях тысяч школ, как попугаи, бездумно твердят эти выдумки невинным детям. И вдруг появляются безвестные, но умные и благородные Велянский с Калюжным, которые протирают глаза невеждам и всего за 21 рубль доходчиво рассказывают, как было на самом деле. Кто эти герои? Сколько десятилетий провели они за изучением исторических источников, прежде чем совершили переворот в отечественной и мировой истории?

Я почти полвека профессиональный историк и могу с уверенностью утверждать, что оба автора суть не звезды исторической науки. Следовательно, надо искать авторитеты, на которые эти авторы могли бы опираться. И такие авторитеты в их книжках, как надо, упоминаются.

(Далее И. Бесстужев-Лада подробно рассказывает о том, как в начале 90-х годов, пользуясь издательской вседозволенностью, математик А.Т. Фоменко опубликовал свою теорию уже не как гипотезу, а как новую версию всемирной истории, и характеризует антинаучность, а то и прямое невежество, которые отличают рассуждения Фоменко и его многочисленных последователей.)

Сэр Исаак Ньютон был и остается бесспорной научной звездой первой величины, неоспоримым научным гением. Но... за двумя прискорбными исключениями, напрямую связанными с его побочными увлечениями.

Одно из них – комментарии к пророчествам в Святом Писании. Зачем его понесло в богословие, находящееся на противоположном конце от математики, физики и астрономии, коими он профессионально занимался всю жизнь, только Бог знает. Говорят, был фанатично религиозен.

Второе увлечение – хронология. Неизвестно, сколько трактатов по хронологии сочинил Ньютон. Опубликовал только два. И, наверное, раскаивается на том свете до сих пор. Ибо, как кратко и человеколюбиво повествуют Брокгауз и Ефрон, «сочинения эти не были удачными и потому скоро подверглись разрушительной критике специалистов». Зная нравы английских памфлетистов тех времен, можно только догадываться, насколько жестокой была порка президента Королевского общества.

Мы здесь не вдаемся в суть перечисленных занятий. Отметим лишь одно. Научное творчество Ньютона по сей день вызывает огромный интерес, вплоть до мельчайших деталей. А его хронологические измышления, несмотря на, казалось бы, такую же и даже еще большую сенсационность, – ровным счетом никакого.

...Теперь речь пойдет о знаменитом народовольце Николае Александровиче Морозове, который, как и все сегодняшние наиболее опасные террористы, был приговорен к пожизненному заключению в одиночной камере самых мрачных тюрем России. За 23 года сидения в одиночке Морозов сделал больше, чем мифический граф Монте-Кристо: он проследил динамику изменений звездного неба на протяжении последних нескольких тысяч лет, а затем сравнил расположение созвездий с земными свидетельствами современников. И пришел к открытию поскандальнее дарвиновского происхождения человека от обезьяны: многие важные события мировой истории *не могли происходить* при том звездном небе, какое было, по расчетам, в год, указанный в документальных источниках. Зато прекрасно вписывались в ситуацию тысячью-полутора годами позже. Отсюда

следовал сенсационный вывод: никакой истории Древнего Мира не было. Ее «присочинили» позже. А упомянутые в ней события происходили в Средние века. Образно говоря, Антоний и Клеопатра, действительно, занимались сексом. Но не две тысячи лет назад, а тысячелетием позже, уже при Владимире Мономахе, про которого, впрочем, тоже якобы много чего насочиняли.

Тут надо сделать короткое отступление. Дело в том, что в Советской России террористы, которых раньше справедливо считали и сегодня считают извергами рода человеческого, вдруг в одночасье стали самыми почетными членами общества. Моментально было создано «Общество бывших политкаторжан» с весомыми спецпайками в нищей стране. При этом пайки, как водится, выдавались строго по уголовной статье бывшего преступника. Рассказывают, что в витрине спецраспределителя каторжников одно время красовалось объявление: «Цареубийцам – повидло вне очереди!»

Скорее всего, это анекдот. Но Морозов действительно получил свое «повидло» в виде роскошно изданного многотомника, какой не снился тогда даже Горькому. До сих нор помню потрясающее впечатление, какое произвел на меня его «Христос» в послевоенные аспирантские годы. Мне дали его по знакомству на неделю. И ровно за неделю, ночами, запоем, с горящими глазами, я одолел все семь томов.

Я был потрясен. Невероятно! Куда же смотрят историки? Спросил историков (в Институте истории АН СССР в то время был цвет еще недобитой российской исторической науки). В ответ застенчиво пожимают плечами: за первую половину XX столетия приходилось видеть и не такие набеги на науку...

Несчастные! Они не подозревали, что спустя полвека в науку историю вторгнутся люди, по сравнению с которыми цареубивец Морозов – мелкий карманник.

(Охарактеризовав благоглупости новой историко-математиче-ской «концепции», И. Бестужев-Лада переходит к системе конкретных аргументов.)

Если верить авторам, все царствующие Романовы, начиная с Алексея Михайловича и кончая Николаем II, приказывали тайно фальсифицировать историю, чтобы оправдать свое существование на престоле. Последние подлинные документы Рюриковичей хранились у последнего представителя этой династии – Степана Разина (!), да так и остались закопанными где-то на брегах Волги. А затем началась вакханалия подделок и подчисток, в которую позже включились Карамзин, Соловьёв, Ключевский и другие отъявленные подлецы, сочинения коих вешаются нам на уши лапшой до сих пор. Оказывается, и в Европе тоже были два подлеца по фамилии Скалигер и Петавиус, они еще во времена трех мушкетеров фальсифицировали всю мировую историю, а мы до сих пор верим им на слово. Это они все насочиняли про Древнюю Грецию и Древний Рим, про Древнюю Индию и Древний Китай. По чьему заказу – неизвестно. Наверное, не обошлось без интриг кардинала Ришелье.

Позвольте, спросит ошеломленный читатель, а как же археология с ее изощреннейшими методами датирования исторических памятников, от статуй и храмов до рукописей включительно? В том числе радиоуглеродным методом, который не позволяет ошибиться хотя бы веком, а то и десятилетием? Авторы делают вид, что археологии вообще не существует. Мало ли на свете жулья, которое норовит наследить в истории!

А вот «математико-статистические методы анализа нарративных текстов» дозволяют сдвинуть российскую хронологию ровно на 410 лет: события 1350–1600 годов просто еще раз воспроизводятся фальсификаторами-летописцами и историками, как все им предшествовавшие, только под другими именами-названиями. Что получается? Правильно: несуразица и бессмыслица. Как вылезать из лужи, в которую сел собственнозадно? Правильно: домыслами-гипотезами. Если, например, помешан на омонимах – разных, но похоже звучащих словах, – то дальше все проще простого: Батый – это казачий батька (русский князь), Куликово поле – это московские Кулишки.

Татаро-монгольская орда была не иностранным образованием, захватившим Русь извне, просто восточно-русским регулярным войском, входившим неотъемлемой составной частью в Древнерусское государство. Другими словами, Орда с самого начала была русской Изгнание Орды – это конец старой русской династии. Победа над Разиным – это окончательная победа над Ордой. Хан Батый – это Ярослав. Он же – Иван Данилович Калита. Татаро-монгольское иго на Руси – это просто период военного управления в объединенной русской империи.

Александр Невский – это хан Берке. Он же Симеон Гордый и хан Чанибек. Хорезм – это арабское произношение названия города Кострома. Иван Грозный – это четыре различных царя... Ну и так далее на сотнях страниц.

Кто же так лихо раздувает дикий ажиотаж псевдоразоблачений? Скажу прямо: полные невежды в исторической науке.

Вот лишь один абзац из четырехтомника Валянского и Калюжного, который привлек внимание тем, что там речь идет о 1812 годе – предмете моего кандидатского реферата. Читаю: «Какого святого ради Наполеон, завоевывая в 1812 году Россию, сжег Москву? И пока она горела, почему бы ему было не насыпаться на Петербург? Максимум неделя конного пути. Дорога свободна, ведь Кутузов, по уму своему, перекрыл всеми войсками дорогу на юг. Нет, подождал маленько и уехал в Париж. Не нужна была ему Россия, судя по всему. А ведь гений!» (том 4, страница 266). И авторы с великолепной наглостью вопрошают: «Будем ли мы когда-нибудь реально анализировать историю?»

Будем. И начнем с уличения вас, С. Велянский и Д. Калюжный, не только в беспардонной лжи и дремучем невежестве, но в самом настоящем безумном или пьяном бреде.

Не сжигал Наполеон Москвы. Это было бы самоубийственно для него.

Нельзя было двигать в Питер конницу. Потому что конница без пехоты и артиллерии Питер не возьмет, даже если «дорога свободна». Это ведь не времена Батыя.

Не увел Кутузов все войска на юг. Дорогу на Питер перекрывал корпус Витгейштейна, с которым пришлось бы начинать второе Бородино.

Не «маленько» ждал Наполеон, а больше месяца. И в Париж уехал только после того, как практически потерял всю свою армию в снегах России. И глумиться над ним, как делают авторы в заключение абзаца, – уровень самых низкопробных папарацци.

Такова же пена всех остальных абзацев всех четырех книжек...

(И так далее...)

Хотя жанру беседы присущи широкие обобщения, она, как правило, бывает удачной лишь тогда, когда в ней рассматривается одна основная тема. Взаимосвязь событий порой вызывает соблазн показать их широкую взаимозависимость. Но здесь автора подстерегает опасность многотемъя, а, следовательно, поверхностного, торопливого, мимоходного разговора обо всем понемногу.

В беседе целесообразно последовательное рассмотрение новых фактов и явлений. Каждый новый термин, который может быть неизвестен слушателю, должен поясняться с помощью понятий, уже известных ему. В беседе допустимо минимальное использование цифр, да и то при условии их наглядности, сравнения.

Те же профессиональные критерии обусловили многолетнюю жизнеспособность программ, которые идут в эфир под рубрикой «Беседа за круглым столом» или просто «Круглый стол радиостанции имярек». В этом случае многосторонний анализ проблемы выигрывает от различных подходов к ее решению, к анализу ее различными специалистами по данному вопросу. Сопоставление их мнений, за которыми обычно следует признанный всеми участниками беседы вывод, значительно сильнее убеждает слушателя в его закономерности, поскольку проблема обсуждается группой ведущих специалистов.

Один из участников «Беседы за круглым столом» выполняет роль ведущего. Обычно он ставит вопросы, предоставляет слово другим участникам, сводит воедино их мнения и делает обобщающие выводы. (Исключение – беседы представителей разных партий на политические темы, когда ведущий-модератор не участвует в дискуссии и не заявляет свою точку зрения.)

Подготовка «Беседы за круглым столом» обладает определенной спецификой. Тексты выступлений ее участников, как правило, не пишутся. Это – живой бестекстовой разговор. Но в большинстве случаев такие беседы предварительно записываются на пленку, что позволяет участникам вести разговор более легко, свободно, непринужденно, не опасаясь неудачно выраженных мыслей и оговорок (при необходимости они могут быть вырезаны, а отдельные фрагменты беседы переписаны заново).

Одна из разновидностей «Беседы за круглым столом» – широко используемая в вещании передача, которая ведется в форме ответов на вопросы радиослушателей. Вопросы могут присылаться в письмах на адрес редакции, но чаще их задают слушатели прямо во время передачи по телефону, установленному в студии. Этот способ общения с аудиторией получил название интерактивного вещания.

В такой передаче, как и в обычной беседе «за круглым столом», принимают участие три-четыре участника, один из которых – ведущий. Он открывает передачу, знакомит аудиторию со своими коллегами, читает вопросы слушателей, называя при этом их фамилии и адреса, ведет прямой разговор с позвонившими по контактному телефону, предоставляет слово для ответа на письма, иногда дополняет своих собеседников, подытоживает сказанное и делает общие выводы. Участие ведущего в такой передаче, его вопросы, реплики, дополнения помогают поддерживать контакт с аудиторией, способствуют возникновению «эффекта собеседования». Как готовится такая передача?

Вначале редакция отбирает интересные вопросы, касающиеся разных сфер – политики, экономики, быта. Иногда, чтобы сделать разговор более живым и занимательным, в этот перечень включают один-два смешных или даже курьезных вопроса. Темы, которые предполагается затронуть в беседе, печатаются и раздаются ее участникам за несколько дней до эфира. Каждый из них готовит материалы по всем темам без исключения. В процессе подготовки участники не консультируются друг с другом. Во время программы в руках у многих из них лишь краткие заметки для памяти, потому что невозможно предусмотреть заранее даже малую часть вопросов, которые могут быть заданы слушателями во время прямого эфира.

Но так как каждый приглашенный для участия в передаче заранее ознакомлен со всеми темами, он всегда может по ходу программы дополнить любого ее участника. Ответы занимают в эфире не больше одной-двух минут. Их быстрое чередование, частая смена голосов способствуют динамичности обсуждения. Интересные вопросы слушателей, бестекстовая импровизированная беседа, разговорные интонации – все это делает радиопрограмму убедительной и действенной.

Прямым развитием этого вида радиопрограмм стали распространившиеся в отечественном вещании в 90-е годы *ток-шоу*. Их отличие от уже описанного выше «круглого стола» изначально видели в том, что в ток-шоу слушатели могут присутствовать непосредственно в студии, и от этого общение с журналистами и приглашенными к микрофону гостями проходит еще более активно. Такое представление о ток-шоу пришло из программ телевидения, где наличие зрителей в студии является обязательным условием. Но позже радиожурналисты вспомнили, что ток-шоу впервые появились именно в радиоэфире еще на рубеже 20–30-х годов в Соединенных Штатах, когда они назывались «Брэкфест-шоу» и представляли собой трансляцию утренних диалогов ведущих радиопрограмм со слушателями по телефону. Уже тогда определился главный принцип ток-шоу: активное участие аудитории в радиоразговоре, обеспеченное возможностью для любого слушателя позвонить на студию, высказать свое мнение, задать вопрос.

Тематика ток-шоу может быть практически любой по характеру: остро-злободневной, касающейся взрывных проблем политики, экономики, культуры, спорта; развлекательной или просветительной (к ток-шоу впрямую примыкают радиоигры и викторины). По структуре ток-шоу могут представлять собой и жесткое противостояние ведущего и слушателей в течение всей передачи, и своеобразный акустический коллаж, в котором диалог со слушателями сменяется музыкальными и литературными иллюстрациями, описанием биографии и карьеры гостя студии или просто концертным номером, напрямую не связанным с проблематикой программы.

Обязательными в любом ток-шоу остаются следующие условия.

– навык ведущего мгновенно реагировать на любой вопрос или реплику слушателей в доброжелательном и уважительном тоне;

– присутствие в студии гостя, готового компетентно развить и уточнить, если нужно, информацию, высказанную ведущим или одним из слушателей;

– предоставление технической возможности достаточно большому проценту слушателей дозвониться до студии во время передачи.

Последнее условие требует пояснения. Даже самые крупные станции по ходу программы объявляют не больше двух-трех телефонных номеров, закоммутированных

таким образом, что по ним могут одновременно разговаривать не три, а гораздо больше абонентов. Практика показывает, что положительный эффект такого рода программы вызывают в том случае, если гарантирована возможность связаться с журналистом у микрофона одному человеку из 8–10, пытающихся сделать это. Если эта норма не соблюдена, программа очень быстро теряет свою аудиторию.

Радиообозрение – это жанр, отличающийся свободой в подборе материалов, объединенных одной темой или единством времени или места. Содержанием радиообозрения могут быть самые разные по содержанию компоненты интервью, заметки, репортажи и даже небольшие радиоочерки и зарисовки, а также фрагменты из художественных произведений, звукозапись которых или произведена по трансляции из концертных и театральных залов, или сделана специально в радиостудии. Все эти материалы соединяет в структуре радиообозрения комментарий журналиста, как правило, специализирующегося в области данной тематики и проблематики. Обычно уже в заголовке радиообозрения сообщаются тема и проблема, составляющие его содержание: «По концертным залам столицы», «Новости спорта», «Наука Сибири», «НАТО в Европе», «Новости и открытия отечественной медицины», «Экономика России сегодня» и, наконец, «Танцуют все» – по клубам и дискотекам Санкт-Петербурга.

Иногда обозрением называют политические комментарии, в которых авторы сосредоточиваются не на одной, а на нескольких проблемах международной жизни, на различных социальных вопросах или многообразии событий в культурной жизни и искусстве. Композиция таких программ свободная, т.е. полностью зависит от автора и редактора, которые могут сами выстраивать иерархию материалов в зависимости от адреса передачи и реальных интересов аудитории.

Характерная особенность радиообозрения в том, что оно может включать в себя материалы, на первый взгляд далекие от основной темы, но соединенные с ней логическими, ассоциативными связями. Например, в обозрение «По театрам и концертным залам столицы», рассказывающее о премьерах на московской сцене, включается информация о фестивале русской драматургии в США или репортаж о том, как выпускники Щукинского училища при Театре им. Вахтангова открыли новый молодежный передвижной культурный центр на Дальнем Востоке. А в обозрение «Новости спорта» вполне логично входит репортаж из военного архива, где обнаружены документы о легендарном матче футболистов киевского «Динамо» против сборной команды фашистской армии в столице Украины в 1942 году.

Особенность журналистской работы над обозрением заключается в том, что автор должен не просто найти различные материалы, интересные для слушателей. Необходимо выявить и выстроить в своем тексте логические связи, которые соединяют факты истории с современностью, коллективные устремления с самовыражением той или иной личности, частные события с общими тенденциями, характерными для разных слоев населения, т.е. он должен помочь слушателю за отдельными фактами увидеть и почувствовать многосложные жизненные процессы.

Документально-художественные жанры

Жанры этой группы именуются также художественно-публицистическими, так как в них соединены информативное начало, авторская личностно-чувственная оценка и образное представление о человеке или событии. К радиопроизведениям такого рода относятся прежде всего *радиоочерк, радиорассказ, радиофельетон,* жанр, получивший в мировом вещании распространение под названием *документальная драма,* и *радиокомпозиция.* Все они находятся на грани между собственно радиожурналистикой и радиодраматургией. Но анализ их структуры, характеризующейся синтезом и взаимодействием документальных и

литературно-художественных элементов, показывает, что практически в каждом из них, переплетаясь, в различных соотношениях фигурируют корреспонденция, беседа, интервью и репортаж. И, как справедливо отмечают многие практики и теоретики вещания и у нас в стране, и за рубежом, в определенном смысле художественно-публицистические радиопроизведения могут быть названы производными от первых двух массивов радиожанров – информационного и информационно-публицистического.

Документальные факты, портреты и характеристики конкретных людей, анализ реальных жизненных ситуаций соединяются в радиоочерке, радиорассказе, радиофелъетоне и документальной драме с широкими обобщениями, публицистическими отступлениями – авторскими комментариями и откровенным художественным домыслом. Следует подчеркнуть, что эти элементы равноправны в рамках этих жанров, ибо только в комплексе они позволяют добиться цели: воздействовать в полной мере и на разум, и на чувства слушателей.

В основе подобных радиопроизведений лежат, как правило, достаточно яркие и неординарные случаи, факты, жизненные коллизии, но в центре, в фокусе журналистского, а следовательно, слушательского внимания всегда остаются человек – творец события, его дела, желания, поступки, действия и только через них переданные чувства и мысли. Радиоочерк, радиорассказ и документальная драма в отличие от информационных и информационно-публицистических передач показывают не столько внешние, пусть даже очень важные обстоятельства жизни, сколько ее глубинные, внутренние конфликты. Если этого не происходит, если перед нами очередное доказательство всем известной жизненной теоремы, жанр теряет свою специфику. Журналистские изыски в этом случае превращаются из компонентов творческого поиска в банальности, формализм, а иногда и в позерство.

Размышляя над жизненными конфликтами и многообразием их проявлений, журналист, естественно, переходит к обобщениям и предположениям. И если наблюдения над жизнью, ее противоречиями и конфликтами, над судьбами людей находят интонационно убедительное, доступное аудитории решение, то радиорассказ и радиоочерк закономерно оказываются в ряду литературных произведений. А использование специфических для радио средств, соединение в радиопередаче живых голосов, реальных шумов и фрагментов конкретной звуковой атмосферы, в которой обитает герой произведения в своей реальной жизни, не просто повышают информативность материала, но и сплавляют его акустическую среду, литературное описание событий, диалоги и комментарии автора в единую художественную ткань.

Радиоочерк. Для этого жанра важное значение имеет непосредственное авторское участие в передаче. В эпоху обезличивания журналистики, свойственного нашей прессе в период авторитарного государства, этот вопрос дискутировался: высказывалось мнение, согласно которому журналист – автор радиоочерка или радиофельетона – совсем не обязательно должен сам читать свой текст у микрофона. Декларировалась, а иногда и декретировалась такая позиция: если автор сам читает материал, то, с одной стороны, индивидуальная окраска голоса, авторское отношение могут обогатить программу, привлечь внимание слушателей и даже усилить убедительность сказанного, но с другой – личностные интонации, свойственные автору, могут не соответствовать («не дотягиваться») важности пропагандистских задач, поставленных, в частности, перед конкретной программой.

В 1975 году к годовщине победы во Второй мировой войне радиоочерк о солдатах на передовой (после очень долгих настойчивых уговоров) сочинил и принес в одну из редакций Всесоюзного радио Булат Шалвович Окуджава. Очерк был придуман и сделан блестяще. Окуджава сам записал его в студии и в процессе работы добавил к тексту одну из своих тогда мало известных песен, которая как бы подытоживала размышления поэта, не один год проведшего на передовой, о судьбе героев его эфирного повествования.

Редакторы умилялись, однако программная дирекция сняла передачу с эфира. Песню велели оставить как есть, а вот текст надо было переписать голосом какого-нибудь другого

артиста – «построже» (не изменив при этом ни единой буквы). Мягкий, лиричный, задушевный голос Окуджавы, по мнению программных директоров, не соответствовал «высокой трагичности, и строгости темы, и значительности пропагандистских задач», ради которых и решили пригласить поэта.

И эта история не единственная. По той же причине перезаписывали дикторскими и актерскими голосами один из радиоочерков известной ленинградской писательницы и педагога Натальи Долининой о юном бомже, и радиорассказ писателя и путешественника Виктора Конецкого о героическом переходе одного из наших кораблей через Индийский океан во Вьетнам с военным грузом на борту, и очерк бывшего начальника Политуправления ВВС генерала Николая Шиманова, который взялся рассказать о своих коллегах, фронтовых политруках и комиссарах (даже генеральский голос показался недостаточно «мужественным» с точки зрения «пропагандистской цели»).

Конечно, все это не оправданно с любой нормальной точки зрения. Именно в документально-художественном произведении, где историческая и жизненная достоверность неразрывно соединены с эмоциями рассказчика (об этом подробно см. в разделе «Документ и обобщение в структуре радиопередач», гл. «Выразительные средства радиожурналистики»), авторское исполнение наиболее точно передает истинную атмосферу событий, о которых он говорит.

В газетном очерке автор неизбежно прибегает к литературному описанию своих героев. Он говорит об их внешнем виде, о возрасте, выделяет наиболее характерные детали их поведения. Одни из этих характеристик сохраняются и в радиоочерке, в других же нет необходимости, так как слушатель, находясь у радиоприемника, по манере речи героя, по его голосу и общему тону разговора может воссоздавать и дорисовывать в своем воображении образ, созданный автором.

И, безусловно, все это приобретает особый смысл, если у микрофона находится сам автор с его искренним и истинным эмоциональным отношением к повествуемому.

Отсюда и ответ на вопрос, правомерно ли роль автора в радиоочерке и радиорассказе перепоручать исполнителю. Нет! Очевидно, делать это следует лишь в тех редких случаях, когда сам автор в силу психофизиологических причин не может справиться с такой задачей.

Исторически на радио развивались три ветви жанра очерка. В первые годы своего существования радио служило средством, при помощи которого многомиллионной слушательской аудитории доставляли произведения журналистики и литературы, изначально не предназначавшиеся для вещания в эфире. Такие очерки, рассказы и другие литературные произведения и составили одну из ветвей данного жанра, которая жива и по сей день: нередко по радио звучат очерки, написанные для печатных изданий, опубликованные в журналах и газетах.

Вторая ветвь очерка на радио начала развиваться тогда, когда появились авторы и литераторы, писавшие специально для радио: в 30–40-е годы – Илья Эренбург, Василий Гроссман, Эммануил Казакевич, Борис Слуцкий, Всеволод Вишневский, Константин Паустовский; в 50-е – Борис Полевой, В. Ардаматский; в 60-е – Анатолий Гладилин, Василий Аксенов, Виктор Некрасов, Виль Липатов, Наталья Долинина. Это были известные писатели, но вместе с популярными газетными публицистами Татьяной Тэсс, Анатолием Аграновским и другими не гнушались работой над произведениями, задуманными и созданными специально для передачи в эфир. В литературном и журналистском лексиконе даже появилось понятие «очерк для радио» – его литературную стилистику определяли прежде всего особенности восприятия текста на слух.

Далеко не все авторы соглашались исполнять свои литературные произведения в радиостудии, и тогда к микрофону приглашались или лучшие дикторы, или, что было чаще, – популярные драматические актеры. Именно с чтения таких материалов начинались

радиобиографии многих знаменитостей театра и кино – И. Смоктуновского, О. Ефремова, Е. Копеляна, Э. Быстрицкой и многих других.

Наконец, третью ветвь составляют радиоочерки, которые включают в себя как неотъемлемую часть живую документальную речь участников событий, героев. В этом случае автор максимально использует выразительные возможности, заложенные в природе радиожурналистики.

Таким образом, в радиоочерке можно выделить два речевых потока: написанный в определенном литературном стиле авторский текст (он может быть насыщен элементами разговорной речи) и устная речь героев. Оба этих речевых потока органично сочетаются в очерке, их логическая и смысловая связь максимально обнаруживается, если из текста полностью устранены так называемые «вводки, связки» – все, что соединяет авторскую речь с речью героя.

Обратимся к опыту Л. Маграчева, который обоснованно и широко использовал в своем творчестве документальные записи, сводя к минимуму роль самого автора. В его очерках часто звучат записи, сделанные в разное время и в разных ситуациях. В приведенном ниже фрагменте соединены голоса матери, дочери и журналиста; запись выступления матери сделана задолго до того, как прозвучал сам очерк. В передаче автор использовал свои впечатления о войне и впечатления своих героев.

Дочь. Я не понимала тогда, что это так страшно, я вообще не понимала, что такое голод. Мне просто постоянно хотелось есть, я привыкла к этому чувству, но страшно мне, наверное, не было.

Мать. Моя дочь вместе со мной поднималась на крышу, гасила зажигалки. Лена как-то спросила меня: «Мама, а правда, хлеб вкуснее пирожного?»

Корреспондент. Вы задавали маме такой вопрос?

Дочь. Не помню. Может быть...

Корреспондент. Память матери надежнее. Она все до мелочей проносит через годы... В 41-м Лене было одиннадцать лет. Не по годам вытянувшаяся худенькая девочка была в шестом классе. Но можно ли было долго заниматься, когда из озябших пальцев падал карандаш?

Мать. Самым страшным был для меня день, когда, вернувшись домой с работы, я застала дочь в кровати. Стала ее тормошить, она только прошептала: «Мамочка, оставь меня, мне так хорошо». Я-то знала: кто так ложился, никогда уже не вставал, и заставила ее подняться на ноги и натереть пол.

Корреспондент. На Лену была возложена нелегкая обязанность ходить в булочную.

Дочь. Этого забыть нельзя. Я помню и страшные морозы, и ожидание у дверей булочной, и тревогу: привезут хлеб – не привезут, а хватит его – не хватит...

Мать. Леночка всегда приносила хлеб со всеми довесочками, не притронувшись к ним, хотя ей наверняка так хотелось съесть соблазнительный кусочек.

Текст автора в этом отрывке сведен к минимуму. Используя все возможности звука, звучания живых голосов участников, автор не только доносит до слушателя содержание происходящего, но и создает образы героев. Конечно, в данном случае это будут индивидуализированные образы, предопределенные жизненным опытом и воображением самого слушателя.

Важным выразительным средством очерка являются шумы – акустическая характеристика события, которые чаще всего звучат во включенных в очерк репортажных отрывках и интервью. Такой прием значительно обогащает очерк теми психологическими элементами, которые создает радиорепортаж. Слушатели становятся свидетелями и участниками происходящего, «видят» героя в самой гуще жизненных событий.

Иногда для характеристики ситуации удачным оказывается использование не только всей аудиопалитры события, но какого-нибудь отдельного, очень характерного звука. Вот как начинает, например, один из своих очерков А. Ревенко:

(Гудок парохода.)

Корреспондент. До чего хорош гудок, а? Это на Двине, на Северной Двине белой архангельской ночью.

Именно в звуке, в динамике происходящих событий черпает радиоочерк свои наиболее сильные яркие краски.

Развертывание социальных связей, отношений, авторской мысли в радиопублицистике проявляется в каждом жанре сообразно конкретному историческому времени и жанровым особенностям – функции, которую он выполняет, предмету его отражения, методу, специфике содержания и формы. Все эти категории взаимообусловлены и взаимозависимы. Чем сложнее задачи, стоящие перед журналистом, тем сложнее и разнообразнее средства, используемые для их выполнения.

Радиоочерк в системе жанров радиожурналистики демонстрирует социальные связи и отношения в наиболее развернутом виде. Его предметом являются факты и события, раскрывающие социальный характер нашего современника в становлении и развитии; эти связи проявляются через мысли и поступки человека. Радиоочерк раскрывает взаимоотношения не только общественные, но и личностные.

В радиоочерке человек и окружающая его действительность могут исследоваться с разных сторон, разными методами. Сложность предмета и задач жанра определяет появление его видов, призванных более углубленно и широко отображать все разнообразие жизни документально-художественными средствами.

По предмету отображения, часто влияющему на сюжет, радиоочерк делят на три вида: *путевой, проблемный* и *портретный. Путевой очерк* чаще всего передает впечатления журналиста о фактах, явлениях, событиях, человеческих судьбах, наблюдаемых и анализируемых им во время путешествия. Путевые радиоочерки широко используются в программах, предназначенных для образовательных целей, в рассказах о стране и мире. Радиопутешествия – это метод познания журналистом действительности, метод организации материала и донесения его до слушателя.

В *проблемном очерке* предметом исследования служит та или иная проблема, а материал журналиста может стать поиском путей ее решения. Проблемная, исследовательская журналистика – важное направление в современной деятельности средств массовой информации.

Портретный очерк называют наиболее распространенным и популярным. Он дает возможность показать человека в процессе становления его как личности, и не только показать, но и представить слушателям посредством собственно авторского рассказа, т.е. максимально используя документальность очерка.

Следует отметить, что деление радиоочерка на три вида условно, так как в «чистом виде» он встречается редко, чаще рассказ о человеке сочетается в нем с изучением какой-либо проблемы, исследование проблемы – с движением, путешествием, поиском. В каждом из трех случаев может быть выделен преобладающий аспект, но это не означает, что, например, в портретном очерке полностью отсутствуют такие элементы, как проблема, путешествие, поиск.

В процессе работы над очерком важное место занимает запись, которую журналист делает по заранее разработанному плану. Как и при подготовке материалов других жанров, особую роль здесь играет изучение предмета будущего очерка, характеров героев, их жизни. Это дает возможность автору наметить общую композицию радиоочерка, его фон, составные части. В творчестве мастеров журналистики подготовка радиоочерка иногда занимает месяцы и годы, если автор – как исследователь – возвращается к судьбам людей и развитию событий.

Беседа журналиста с выступающим у микрофона – процесс активный и в то же время достаточно тактичный, чтобы не мешать герою «раскрыться», рассказывать о предмете естественно и искренне. Эти записи составляют одну часть радиоочерка. Другой частью могут быть репортажные зарисовки, сделанные автором на месте события. Третью группу исходных материалов составляют музыкальные произведения или одно из них, которое автор сочтет наиболее созвучным теме или герою.

Важным этапом в подготовке окончательного варианта, а затем и записи радиоочерка является «негатив» – термин, которым на радио называют документальные записи, шумы и музыку, в определенной последовательности располагающиеся на одном, а при сложных

передачах и на двух роликах магнитофонной ленты. Они представляют собой подготовленный, черновой звучащий материал (отсюда термин «негатив»). Отдельные «кадры» негатива отделяются друг от друга раккордной лентой и в момент записи в аппаратной включаются в последовательности, в какой это определяется замыслом автора. Включение их осуществляет режиссер или оператор по ходу записи на основании режиссерской разметки экземпляра авторского текста, который находится в аппаратной.

Подключение к процессу работы над радиоочерком режиссера и звукотехника (а это было неизбежно, ибо по мере своей эволюции этот жанр приобретал все большую структурную сложность: увеличивалось число и многообразие его составных элементов, усложнялся монтаж) привело к появлению такой его разновидности, как *игровой очерк* – радиопроизведение, где жизненные ситуации, в которых находятся герои, воспроизводят актеры. Это интересное направление в развитии радиожанра столкнулось с целым рядом сложностей, и, прежде всего со сложностями, связанными с максимально точным показом исторических ситуаций, поступков и характеров реально существующих людей. Проще было представить в эфире самих этих реальных героев, а не имитировать их действия. Когда пробовали предложить действительным персонажам журналистского рассказа «сыграть самих себя», исчезала естественность речи, уходила правда ситуации, потому что, не будучи актерами, обыкновенные люди в абсолютном большинстве случаев не могли повторить ту самую реальную жизненную ситуацию, которую прожили когда-то. К тому же, не имея навыка импровизации, многие из них старались сымитировать ее, в эфир проникала фальшь, терялись достоверность и как результат – доверие слушателей.

Творческие параметры игрового очерка оказались полезны для журналистов при освоении жанра **радиофельетона.**

Радиофельетон может включать в себя документальные записи с голосами его героев, причем подбираются они так, что в столкновении друг с другом или с текстом автора создают комический эффект. Например, известный радиожурналист Юрий Арди в своем материале о чрезвычайно замедленных темпах строительства очень важного для Москвы культурного объекта – здания Центрального театра кукол – соединил последовательно фразы из комментариев начальника строительства, представителя Моссовета, архитектора и рядового рабочего. Получилось следующее:

Начальник строительства. Мы хорошо понимаем, как и взрослые, и дети ждут праздника открытия образцовского театра.

Рабочий. Вообще-то на перекуры не жалуемся. Ну, по 20–25 минут – это святое дело...

Архитектор. Скажу без ложной скромности: это уникальный проект, и, конечно, мы контролируем каждый, даже малейший шаг строителей.

Рабочий. Начальства и гостей на стройке каждый день много. Ну, а каждый гость без сигаретки не бывает. Некоторые, как полагается, с «Казбеком», один даже с «Герцеговиной Флор», той самой, что сам вождь курил... Некоторые попроще – дескать, понимаем ваши претензии... Ну, пока с ними покуришь, тоже перерыв.

Представитель Моссовета. Понимая важность данного строительного объекта, мы в Моссовете установили свой постоянный график разбора и проверки ситуации на стройке и, конечно, делаем это вместе со строителями и их руководством.

Рабочий. Перекуры это еще ничего, мы вот с этажа на этаж переходили – так четыре дня курили, потому как чертежи у начальства в сейфе, а начальство все четыре дня в Моссовете заседало. То их контролировали, то они что-то выясняли.

(Музыка. Песенка из спектакля Кукольного театра и монолог конферансье, две-три реплики из спектакля «*Необыкновенный концерт» о героизме наших строителей светлого будущего, которые так туда торопятся, что у них даже времени покурить не бывает.)*

Журналист. А что думает по этому поводу Сергей Владимирович Образцов (создатель и руководитель этого театра. – *Ред.)*?

Голос Образцова. Вы понимаете, у нас на стройке такие темпы... *(пауза)* такие темпы и такие ритмы, что я, наверное, до переселения в это здание не доживу...

Игровой радиоочерк и радиофельетон очень часто сопоставляют с документальными радиокомпозициями. В принципе это возможно, так как по своим структурным особенностям они очень близки.

Радиорассказ также близок к радиоочерку. Если в литературе жанр рассказа имеет своеобразие благодаря множеству типологических отличий, то в практике радиожурналистики термин «радиорассказ», по сути, оказывается синонимом обозначения жанра радиоочерка.

Важную роль в радиоочерках и радиорассказах играет музыка. Обычно она используется как дополнительное выразительное средство – иллюстрация, фон или обобщение и играет примерно ту же роль, что и в театральных спектаклях или кинофильмах. Музыка может быть и составным элементом передачи, выполняя те же функции, какие выполняют интервью или репортаж, включенные в радиорассказ или радиоочерк, если речь идет о герое, связанном с музыкой. Но это частный случай.

Музыкальное произведение или его часть нередко служат общим фоном всего рассказа. При этом музыкальная тема совпадает с темой радиорассказа, радиоочерка. Музыка может способствовать созданию образа одного из героев, тогда она характерна и специфична, созвучна образу персонажа.

Документальные шумы также характеризуют ситуацию общения, место действия, составляют звуковой фон, повышающий достоверность рассказа. Шум может обретать символику в речевом контексте радиоочерка и использоваться в качестве акустической детали для образной характеристики.

Опыты с игровым очерком не прошли для радиовещания даром. Это направление творческого поиска привело к формированию закономерностей, эстетики и технологии модификации жанра, который приобрел чрезвычайно широкое распространение в мировом радиовещании, получив название *документальная драма* (доку-драма), или *публицистическая драма.*

Документальная драма – это рассказанная журналистом история, сюжетную основу которой составляют факты, происходившие в действительности. В ней сохраняются подлинные имена участников описываемых событий, документальный материал вводится непосредственно в текст и звуковую ткань произведения.

Из этого определения очевидна близость документальной драмы к исторической пьесе, незыблемым остается лишь одно принципиальное различие: в первом случае документ используется в своем первозданном виде, а во втором (в исторической пьесе) опосредованно.

Как правило, все роли в доку-драме исполняют актеры, за исключением роли Автора: она всегда предназначена журналисту, от лица которого ведется рассказ. Потому в большинстве американских, английских и немецких публицистических драм первыми словами, как правило, оказывается обращение журналиста к слушателю: «Я расскажу вам...» или «Я шел и увидел...», «Однажды мне позвонили...» и т.п.

Постепенно в практике вещания утвердились два варианта этого жанра.

Первый – доку-драма – это социально значимая, имеющая общественное значение и достаточно глубоко психологически проработанная сюжетная история, цель которой – привлечь внимание к какой-либо проблеме или человеку. Эта история в реальной жизни имеет свое завершение, и очень часто реальный человек, о котором идет речь, сам выступает с послесловием к своей собственной истории, разыгранной актерами.

Так, в Соединенных Штатах получила популярность история обмена летчика Пауэрса, который был сбит над Россией, когда пилотировал самолет-шпион. Пауэрс сумел катапультироваться, остался жив и невредим, просидел несколько лет в советской тюрьме, после чего его обменяли на полковника советской разведки Рудольфа Абеля (Роберта Фишера), захваченного американцами и тоже несколько лет просидевшего в тюремной камере.

Когда Пентагон и ЦРУ сняли завесу полной секретности с истории полета, «отсидки» и возвращения Пауэрса на родину, одна из ведущих радиостанций США подготовила к эфиру многосерийный документальный спектакль, до мельчайших подробностей воссоздававший одиссею летчика-агента. Ее сыграли довольно известные актеры, воспроизводя с абсолютной точностью опубликованную к тому времени стенограмму московского суда над Пауэрсом, его диалоги со следователями и другими официальными лицами (разумеется, по воспоминаниям самого летчика), сохранившиеся протоколы обсуждений ситуации с неудачным полетом У-2 над Россией, которые проходили в Белом доме, Государственном департаменте США и других учреждениях, семейную переписку главного персонажа и т.д. А когда история была завершена, в эфире вместо голоса актера, исполнявшего роль Пауэрса, прозвучало выступление самого летчика, подтвердившего, что все переданное по радио полностью соответствует действительности. Далее он сказал, как счастлив вернуться на родину, какие выводы сделал, размышляя над собственными приключениями, и поделился своими планами на будущее. Хэппи-энд был налицо.

Жанр документальной драмы получил широкое распространение в просветительских программах, став основой целого направления вещания, в котором соединялись журналистика и искусство.

Искусство начинается после выведения факта из информационного ряда в художественно-образный. Это аксиома. Следует только добавить, что особенностью радиодокументализма является способность воспроизвести реальность в формах ее подлинного звукового существования. И это обусловливает способность психологического воздействия на слушателя. Конечно, всегда существует опасность (в силу интонационно-эмоциональной насыщенности звукового документа) выдать деталь за полный объект, частность – за глубинную тенденцию развития, единичное, уникальное – за типичное и широко распространенное явление. Но это уже дело мастерства, таланта и степени осмысления журналистом тех событий, фактов и поступков людей, которые становятся предметом его рассмотрения. Авторская фантазия позволяет объединить второстепенные факты вокруг главных, придать сюжету динамизм и выразительность.

Что касается возможного соотношения документа и вымысла в структуре публицистической документальной драмы, то здесь критерии наиболее четко, по нашему мнению, выразил известный режиссер радио Роман Глиер, более 40 лет разрабатывавший это направление в журналистике: «Нет никаких точных данных, чем занимался, скажем, академик В.И. Вернадский в такой-то день такого-то года. Но, прекрасно владея документальным материалом, освещающим этот период жизни и деятельности героя, можно легко домыслить, с кем он мог встречаться в тот день, что говорил, о чем мечтал. То есть, обоснована лишь мотивировка, авторская интерпретация подлинных фактов». Другими словами, домысел не должен вступать в противоречие с твердо установленными фактами. Отступление возможно лишь в том случае, если дело касается второстепенных персонажей, но и тогда надо быть очень аккуратным, особенно в подборе реальных имен и конкретных фамилий.

Основоположниками жанра документальной драмы на отечественном радио были поэты, писатели, публицисты, пришедшие работать на радио в качестве очеркистов и комментаторов еще в 30-е годы: Арс. Тарковский, В. Гусев, К. Финн, А. Афиногенов и др. Эстафету у них приняли Ю. Арди, К. Ретинский, а позднее Д. Голованов, Ю. Афанасьев, Ю. Зубков. Именно тогда шел поиск эстетических, логических и структурных закономерностей жанра, в котором сочетались литературные элементы, на первый взгляд несочетаемые (например, философские стихотворные комментарии и статистика, лирика и «сухие факты» экономики).

Вот как это происходило в публицистической радиодраме Арс. Тарковского «Повесть о сфагнуме» – истории о том, как начинались в России торфяные разработки и как осваивала их в начале 30-х годов страна, напоминающая гигантскую стройку.

Журналист. ...В начале XVII века император Петр I принимал в своих покоях голландца Эразма Армуса:

– Что сие?

– Сие есть торф. В топях блат гниет особого рода мох, именуемый «сфагнум». Там обращается он, высушен бысть, в сие вещество. Торф есть топливо отменно, и неведомо, сколь сильно будет оно по времени.

– А на Руси мужики пели.

(Звучит мелодия старинной песни.)

Ох ты, горе великое,
Тоска-печаль несносная.
Куда бежать, тоску девать...
В леса бежать – топоры стучат.
Топоры стучат, рубят сосенки.
А и будет сосенка – перекладинкой
На той виселице, что на площади.

Был государев рескрипт:

– «Нет из россов никого, кто бы смысл о торфе имел. Посему голландцу Эразму Армусу на десять лет привилегии нами даются, дабы торфяное дело было и воссияла слава наша. Петр».

– И пошли мужики на болото:

В чистом поле трава растет,
Трава растет шелковая,
На болоте горе растет,
Горе растет, беда растет,
Тонут ноги мои в сырой воде,
С восхода до самой полночи.
А на спину мою ложится туман,
Да на спину накинуть нечего.

– В 1793 году англичанин Лидокс открыл разработку торфа у деревни Ивахиной, под городом Гжатском.

...Тонут ноги мои в сырой воде...

– В 1836 году мануфактур-советник Кожевенников начал торфяную разработку на Свибловском болоте, близ Петровско-Разумовского, под Москвой.

...А на спину накинуть нечего...

– В 1869 году открыты торфяные разработки Никольской Морозовской мануфактуры у Орехово-Зуева.

...Да накинуть на спину нечего...

– В той части прежней России, которая теперь составляет РСФСР, в 1916 году было добыто 1360000 тонн торфа (и только в Московской области 983000 тонн) почти исключительно ручным способом.

...Эх, ложится туман, сырой туман...
...С восхода до самой полночи...

Контраст бодро звучащих информационных реплик и стихов, стилизованных под народную песню, был так велик, что уже не требовалось никаких комментариев по поводу того, в каких ужасных условиях работали русские мужики на болотах более 200 лет. Впервые здесь намечается коллажный метод соединения разнофактурных звуковых материалов, который станет ведущим в художественно-публицистических радиопрограммах четыре десятилетия спустя.

Вторая разновидность доку-драмы, которую чаще называют *драма с открытым финалом,* напротив, прерывается в момент кульминации события, о котором идет речь, с тем, чтобы слушатели сами сочинили и предсказали ее возможный финал.

Так, на австрийском, американском и израильском радио в течение нескольких лет выходили доку-драмы (у них были даже постоянные авторы и ведущие) примерно со следующим сквозным сюжетом.

Некий человек, несправедливо пострадавший от коммунистического режима в СССР, или в Польше, или в какой-либо другой стране «социалистического лагеря», с большим трудом вырывается в эмиграцию и оказывается, предположим, в Вене (ситуация вполне оправданная и достоверная, ибо именно через Вену шел основной поток советских граждан, эмигрировавших из СССР, именно в Вене им приходилось решать для себя окончательно, направятся ли они дальше и куда: в Израиль, США, ФРГ – или останутся в Австрии. В действительности свобода выбора у них была очень небольшая, так как даже статус политических беженцев не гарантировал им гостеприимства большинства развитых стран).

Итак, перед героем журналистского расследования возникает проблема выбора. Но тут... (жизнь, как известно, редко балует человека, особенно когда он находится в трудных обстоятельствах) тут с этим человеком происходит какое-нибудь несчастье: от него уходит любимая жена, ради которой, он, собственно, и решил расстаться с родиной; или в автомобильной катастрофе погибают его близкие; или он сам тяжело заболевает и превращается в инвалида; или узнает, что его друг, к которому он направлялся и который был гарантом его будущей новой жизни, покинул этот бренный мир или (что еще хуже) отказался от ранее званого гостя. Реальность предоставляла сотни подобных ситуаций.

Журналист досконально исследует и описывает положение и психологическое состояние своего героя и останавливается, предлагая слушателю написать в редакцию письмо со своей версией возможного завершения истории, опираясь на свои представления об услышанном в передаче, о правах человека, свободе слова, передвижения и т.д. Для того чтобы привлечь аудиторию к активному участию в передаче, радиостанция учреждала достаточно весомую премию победителю этого конкурса, которого должны были определить сами слушатели.

На отечественном радио жанр доку-драмы получил свое развитие в программах радиостанции «Юность», где основой передач часто были многочисленные «конфликтные» письма с просьбами их авторов дать совет, как поступить в той или иной ситуации.

Эстетику документальной драмы, как и всех жанров этой группы, определяет комплексный подход к использованию выразительных средств радиожурналистики. Эволюция художественных структур различных жанров массового вещания прослеживается следующим образом:

– в информационных жанрах на первое место выходит *слово* или *звук (шум),* его заменяющий;

– в информационно-публицистических жанрах *слово* сохраняет свое значение, но уже как носитель не только определенной семантики, но и эмоциональных оценок автора, т.е. слово плюс интонация обусловливают объем информации. Все остальные выразительные средства в структуре аналитических жанров могут присутствовать, но они выполняют второстепенную роль;

– и, наконец, в документально-художественных (художественно-публицистических) жанрах на первое место выдвигается *образ* человека, события, исторического факта и т.д. – образ, который, как мы указывали, есть совокупность звуковых элементов (речи, музыки и шумов), создающих в обобщенном виде представление о материальном объекте, жизненном событии или характере человека (подробно об этом см. в главе III учебника).

Именно комплексный подход к использованию выразительных средств, находящихся в арсенале радиожурналиста, оказывается необходимым в работе над радиопроизведением документально-художественного жанра. И в этом аспекте к нему примыкает еще одно жанровое образование, чрезвычайно распространенное в практике, – *радиокомпозиция.*

Радиокомпозиция – это передача, структура которой включает в себя разнофактурные компоненты: литературный материал, музыку, звуковые документы и другие, объединяемые темой, автором или ведущим.

По исходным материалам можно выделить несколько наиболее распространенных типов радиокомпозиции:

– *литературная;* это композиция из стихов или прозаических отрывков одного или нескольких авторов на одну тему (например, сочетание фрагментов из стихов Пушкина, Лермонтова, Тютчева, Есенина о любви или небольших отрывков из «Севастопольских рассказов» Л. Толстого, романа К. Симонова «Живые и мертвые» и повести В. Некрасова «Солдаты» о человеке на войне);

– *литературно-музыкальная композиция;* в ней сохраняется тот же принцип подбора литературных материалов, что и в литературной композиции, но скрепляющим стержнем становятся музыка, песни или фрагменты из симфонических произведений, соответствующие «настроению»;

– *документальная композиция,* по структуре она очень близка радиоочерку и радиорассказу. Ее отличие состоит в том, что текст журналиста в ней занимает лишь незначительное место и время, сосредоточивая внимание аудитории не на словах автора передачи, а на документальных записях, из которых складывается ее своеобразный сюжет и композиция. Документальная радиокомпозиция по своим структурным и художественным характеристикам может приближаться и к документальной драме в том случае, когда она включает документы или какие-либо литературные материалы, разыгрываемые актерами (подчеркнем еще раз: речь идет не о подмене подлинных реалий жизни вымышленными сюжетами, а лишь о способе донесения их до аудитории). Особенно часто этот жанр бывает задействован, если в распоряжении журналиста оказываются звуковые документы, имеющие большое историческое и социальное значение. И тогда соединение их освобождает от лишних слов по поводу масштабности и планетарного смысла события, на которое журналист хочет обратить внимание слушателей.

В документальной радиокомпозиции на тему о материнской любви автор поставил задачу подчеркнуть не только силу, но и трагичность чувств, которые управляют иногда поступками людей. В руках у опытного журналиста было множество очень ярких фактов, прекрасные стихи и монологи, но из всего обилия материала он выбрал для подтверждения своих рассуждений о материнской любви только одну короткую звукозапись:

Журналист. Однажды в командировке на Алтае я был в гостях у немолодой женщины и обратил внимание на привычную в тех краях галерею домашних фотографий в одинаковых рамках: мужчина в военной форме 41-го года, двое маленьких детей, одетых по моде того же времени, и еще один красавец мужчина, чем-то очень напоминающий всех троих. Я легко узнал в нем сына хозяйки, с которым встречался накануне.

Хозяйка заметила мой взгляд.

Женский голос. Да, это мой муж, он погиб, а это дети.

Журналист. Это ваш сын в детстве?

Женский голос. Нет, это его брат и сестра. Мы же блокадники. Прокормить всех троих я не могла. И я перестала давать еду Марине и Коле, чтобы выжил младший. К сожалению, мне самой пришлось выжить.

(После длинной паузы в эфире, которая стала своеобразной минутой молчания, зазвучал фрагмент из Седьмой симфонии Шостаковича.)

Разновидностью документальной радиокомпозиции стал радиофильм – программа, построенная главным образом на документальных звукозаписях. Поначалу с этим термином было много путаницы. Слово «радиофильма» в журналистском лексиконе впервые появилось в начале 30-х годов и обозначало любую передачу, составленную из звукозаписей (термин образовали в женском роде от слова «фильма», как называли тогда кинокартину). Позже этот термин исчез из обихода и появился снова в 60-е годы, когда в постсталинскую эпоху корреспонденты и редакторы разных редакций Всесоюзного и местного радио получили доступ к архивным пленкам и стали активно использовать их в документальных радиокомпозициях. Передачу, в которой звукозаписей было не просто много, но они сами складывались в самостоятельный сюжет и играли главную роль в решении нравственных и художественных задач, поставленных корреспондентом, стали называть *радиофильмом.* Постепенно этот термин утвердился.

Формы радиожурналистики

Радиожурналист, решая любые творческие задачи, должен предельно точно выбрать жанр передачи, т.е. тип радиопроизведения, обратиться к адекватной форме программы, где будет звучать его информационная заметка, интервью, репортаж или очерк. И здесь мы подходим к чрезвычайно важному понятию радиожурналистики – понятию *формы вещания, формы радиопередачи, формы радиопрограммы,* которое принадлежит к числу ключевых и в теоретическом, и в практическом отношениях.

В самых общих чертах *форму радиопередачи* можно определить как совокупность разных жанров или жанровых образований, объединенных в определенной последовательности и образующих некую *целостность.* Это внутреннее единство создается в силу использования определенных факторов, организующих из передач разных жанров эфирное пространство как единую композицию, единую структуру. Такими формообразующими факторами могут быть:

– личности журналиста (постоянного ведущего программы), ее персонажей или героев;

– тематическое единство, ограниченный (по времени звучания и четко фиксированный в сетке вещания) программный отрезок;

– возможность эффективно обращаться к аудитории в определенное время дня и получать мгновенный отклик;

– последовательное в течение длительного времени обсуждение проблем (например, ежедневно, еженедельно).

Исторически сложилось так, что становление и развитие жанров, их отмирание, появление и развитие новых форм радиопрограмм происходили одновременно, причем эти процессы всегда были тесно взаимосвязаны, наполнялись новым содержанием не только по мере освоения специфики радиовещания, его природы, выразительных средств, понимания роли радиовещания в системе средств массовой информации, в обществе, влияния других масс-медиа на радиовещание и радиожурналистику, но и по мере развития техники и новых технологий радиовещания. Использование современной цифровой аппаратуры, компьютерной техники, выход в Интернет и т.д. открывают новые возможности для такого формотворчества. Важно и то, что жанры и формы радиожурналистики влияют друг на друга.

Первой формой вещания, просуществовавшей в течение весьма длительного периода, стала *радиогазета,* включавшая новости, интервью, отчеты, статьи, беседы, фельетоны, письма слушателей. (В разделе об истории отечественного вещания мы достаточно подробно обрисовали ее особенности как своеобразной модели будущего «вещательного дня».) Форма радиогазеты существовала в различных модификациях несколько десятилетий («Пионерская зорька» выходила более 60 лет), основные параметры: объединение самых разных по жанрам и тематике материалов, составляющих своеобразное звуковое шоу, сохранялись.

В информационном вещании основной формой является *информационный выпуск,* или выпуск новостей. Информационный выпуск – оптимальная новостная передача, существующая во всем мире. Выпуск новостей содержит оперативные информационные сообщения, звуковые включения с мест события, утилитарную информацию. Характер построения выпусков новостей и продолжительность их звучания зависят от времени передачи в эфир, экстренности, актуальности сообщений, от профиля радиостанции. В этом отношении информационные выпуски радиовещания эволюционировали весьма и весьма заметно: от «Последних известий» Всесоюзного радио, число которых в 80-е годы достигало 20 (имеется в виду I программа) звучанием 10–30 минут, до трех-, пятиминутных выпусков информационно-музыкальной программы «Маяк», идущих каждые полчаса.

Такая динамичная, емкая форма информационных выпусков утвердилась в отечественном эфире.

На форму информационного выпуска влияет, бесспорно, и направленность вещания, профиль радиостанции. Так, музыкальные радиостанции в кратких выпусках новостей используют только информацию, полученную от информационных агентств; крупные (государственные «Радио России», «Голос России», «Маяк», коммерческая станция «Эхо Москвы» и др.) дают также сообщения собственных и специальных корреспондентов, ньюсмейкеров, стрингеров и т.д.

В практике мирового и отечественного радиовещания сложилось несколько видов информационных выпусков:

– *общего характера,* или *универсальные,* т.е. выпуски, включающие информацию на разные темы: общественно-политические, экономические, социальные, научные, культурные, спортивные, о событиях в стране и за рубежом и др.;

– *тематические* – подборки информации на определенные темы: международные новости, спортивные, выпуски, посвященные событиям в области культуры, искусства и т.п. (например, выпуски о спорте и международные выпуски «Пульс планеты» на «Маяке», новости кино на «Радио-101»).

Информационные выпуски можно классифицировать также по периодичности и экстренности выхода в эфир: это выпуски, *звучащие в строго определенное время по сетке вещания* (в начале, середине часа), и *экстренные,* выходящие в эфир вне сетки вещания, немедленно, в тех случаях, когда происходят чрезвычайные события. Такой характер, например, носили выпуски «Последних известий» о запуске первого советского спутника Земли 4 октября 1957 года или о полете первого в мире космонавта Ю.А. Гагарина 12 апреля 1961 года, о создании ГКЧП 19 августа 1991 года.

В процессе эволюции информационно-музыкальной программы «Маяк» появились *обзорные,* или *итоговые,* выпуски (в 20.00 по московскому времени), содержащие сообщения о самых важных событиях дня.

По формам подачи информационных материалов выпуски делятся на *текстовые* и *со звуковыми включениями* (интервью в студии или по телефону, прямой репортаж с места события, комментарий). Многообразны жанры, используемые в информационных выпусках: хроника и информационная заметка, корреспонденция и комментарий, репортаж, интервью, выступление у микрофона. Но главное слагаемое новостных программ – информационная заметка.

Информационные выпуски строятся, или верстаются, по нескольким основным моделям. Прежде всего это *жесткая верстка* – по главным тематическим блокам: после позывных даются основные темы выпуска, далее идет непосредственно его содержание, где новости следуют одна за другой в порядке важности и по строго определенным тематическим блокам: блок внутренних новостей, блок международной информации, новости науки, культуры, спорта, прогноз погоды, иногда повтор основных тем выпуска. Именно по такой четкой схеме компоновались основные выпуски «Последних известий» и «Маяка». Этот же принцип используется и в информационной программе «Вести» на «Радио России», и на Радиостанции «Эхо Москвы».

Вот пример верстки информационной программы «Вести» от

22 февраля 1999 года:

(Даются сигналы точного времени.)

Ведущий. Московское время 21 час.

(Звучат позывные.)

Ведущий. «Вести» – информационная программа «Радио России». В этом выпуске:

– Борис Ельцин направил поздравление с Днем защитника Отечества воинам и ветеранам Вооруженных Сил;

– Грузия отказалась от участия в Договоре о коллективной безопасности стран СНГ;

– Главы парламентов России и Австрии выступили против применения силы для урегулирования в Косове.

А теперь об этих и других новостях подробно.

Далее следует подробное изложение новостей с включением репортажа с пресс-конференции министра природных ресурсов Виктора Орлова, рассказ собственного корреспондента «Маяка» об опыте оптимализации рынка труда в Череповецком акционерном обществе «Северсталь». После музыкальной отбивки – новости из Грузии и информация из дальнего зарубежья. Помимо заявленных тем идут сообщения об уничтожении армией Великобритании своего запаса противопехотных мин и отставке десяти офицеров иорданской армии. Затем ведущий говорит:

«Это было последнее сообщение выпуска. И в завершение о погоде».

После прогноза погоды заключительная фраза:

«Вы слушали информационную программу «Вести». Фамилия и имя ведущего. «Радио России».

Музыкальная отбивка.

Примерно такое же построение характерно для некоторых выпусков «Маяка» и «Эха Москвы».

Типичный подробный информационный выпуск радиостанции «Эхо Москвы» начинается с позывных и джингла. На музыке даются основные темы выпуска.

Далее журналист излагает содержание информационных материалов с включением подробного комментария о наиболее сенсационных или социально значимых новостях.

Затем идет расширенная подборка информации о событиях в стране, опять-таки выделяются наиболее «острые сюжеты», например о намерениях российских фашистов провести съезд в Москве и резкой негативной реакции на это мэра столицы.

После музыкальной отбивки – еще один блок внутренней информации, после чего ведущий напоминает о главных событиях к этому часу и передает прогноз погоды.

Если информационный выпуск «Вестей» знакомит сначала с событиями в стране, а потом с международными новостями, то в информационном выпуске «Эха Москвы» наоборот: сначала звучат международные новости, а потом сообщения о событиях в стране, причем на первое место выносятся сообщения, связанные с судьбами людей (землетрясение в Дагестане, освобождение из чеченского плена). В выпуске «Эха» больше музыкальных отбивок, основные темы даются на музыке. В исполнительском отношении ведущие «Эха Москвы» динамичнее, их стиль речи менее официальный. В силу этого обычный тип верстки выглядит менее строгим.

Возможна и иная, *облегченная,* модель верстки – без краткого изложения основных тем выпуска, когда информационные сообщения идут непрерывно, в результате чего возрастает темп передачи информации в эфир.

Верстка информационной программы требует от радиожурналистов высокого профессионализма, умения выделить самую важную новость дня, скомпоновать выпуск таким образом, чтобы радиослушатель получил и представление о главных событиях к данному часу, и необходимую утилитарную информацию.

Существенные компоненты информационного выпуска – постоянные позывные, джинглы, специально подобранная музыка, на фоне которой звучат заголовки новостей, а иногда и полностью выпуски, музыкальные отбивки. Все это в совокупности и создает эфирный образ информационной программы.

Одной из устойчивых и широко используемых в практике радиовещания форм является **радиожурнал** – своеобразное периодическое радиоиздание, в котором объединены материалы разных жанров: информационные, аналитические, художественные. Говоря о форме радиожурнала, отметим, что нередко его радиостранички представляют собой вполне самостоятельные произведения.

Важная черта многих радиожурналов – единство темы (вспомним радиожурналы Всесоюзного радио «Земля и люди», «Человек и закон», «Родная природа», «Современница»). Подобный характер носит «Арбатский Арс» («Эхо Москвы»), рассказывающий о важных событиях в области искусства. По типу радиожурнала строятся многие программы «Радио России».

Форма радиожурнала уже давно снискала популярность радиослушателей прежде всего своей четкой направленностью, тематикой, обращением к определенному кругу слушателей (по социально-демографическим, профессиональным, образовательным признакам, по интересам и т.д.). Она имеет устойчивые признаки: возможность реализации принципа, как тематического единства, так и тематического разнообразия в рамках определенной концепции, а также использования многообразной жанровой палитры и оригинального звукового решения (например, постоянный звуковой логотип или аудиоспот – краткий текстовой «девиз» радиостанции на яркой, запоминающейся музыке – своеобразный знак для слушателей; на «Радио России» в течение вещательного дня повторяется лозунг «Россия – это мы!» Аудиоспот радиостанции «Эхо Москвы»: «Слушайте радио, остальное – видимость!»).

Личность ведущего – профессионального журналиста или специалиста в данной области – также определяет облик радиожурнала.

По типу *развернутого* радиожурнала с постоянными рубриками строится передача «Радио России», которая называется «Домашняя академия». Среди ее постоянных рубрик самыми популярными являются: «Литературные чтения»; «Традиции и современность» – о праздниках, обрядах, обычаях в разных странах мира; «Посоветуйте, доктор», «Школа вежливости», «Город мастеров» – репортажи о народных промыслах; «Белый лист» – о языке поэзии и поэзии языка; «Секреты Клеопатры» – основные тенденции моды, советы по уходу за внешностью, рекомендации стилистов; «Имеем право» – юридическая консультация; «Календарь садовода» – советы по садоводству и др.

Несколько иную структуру имеет еженедельный радиожурнал «Арбатский Арс» («Эхо Москвы») – о важных событиях в сфере искусства. После постоянной заставки ведущий рассказывает об основных темах выпуска, затем идут материалы рубрик: «Новости кино» включают информационную подборку, рецензию на новый фильм и комментарий, посвященный зарубежному кино; следующий раздел представляет обзор наиболее значительных выставок в Москве и Санкт-Петербурге; музыкальная рубрика знакомит с последними музыкальными событиями в стране и за рубежом; страничка «Книжечки» посвящена новым изданиям на разные темы. После выпуска новостей следует «Театральный альманах». В зависимости от дня недели в рамках «Арбатского Арса» выходит киноальманах, радиожурналы, посвященные живописи и архитектуре, искусству балета и др.

Отличительная черта этого радиожурнала – обилие информации, которая дается в виде как кратких сообщений, так и развернутых комментариев, репортажей и обозрений. В программе отсутствует жесткая структура, ее компоновка достаточно свободна – в целом это мозаичная картина событий, представленная в разных жанрах и разными авторами и ведущим.

Серия (или цикл) – это совокупность передач, тесно связанных друг с другом темой, концепцией, общими ведущими, главными действующими лицами. Серия состоит из самостоятельных передач, выходящих в эфир на протяжении определенного периода. Например, цикл из 12 программ «Коридоры четвертой власти» о современной журналистике. В первой его передаче рассказывалось об изменениях, происшедших в отечественной журналистике за 10 лет после 1988 года, были очерчены контуры серии. В последующих выпусках речь шла о ценностях новостей, об этических пределах, которые не должен переступать журналист, была показана закулисная жизнь редакций, работа местных СМИ. Особое внимание уделялось проблеме отношений между СМИ и государством, праву общества контролировать действия власти с помощью масс-медиа.

Обеспечение обратной связи общественности со СМИ – от писем до ток-шоу, роль печати, радио и телевидения во время выборов, представительность интересов аудитории в СМИ, журналист на войне, источники финансирования масс-медиа и проблемы независимости, влияние новых технологий на СМИ – все эти вопросы подробно обсуждались в передачах серии. В них принимали участие известные российские и

зарубежные журналисты, политические деятели, владельцы СМИ, независимые эксперты, представители общественных организаций, радиослушатели.

Канал – форма вещания, чрезвычайно популярная и широко распространенная на современном радио.

Впервые «канал» как вещательная форма появился и был опробован в годы перестройки. «Молодежный канал» – ежедневная прямая информационно-музыкальная программа радиостанции «Юность» – начал выходить в эфир с 26 января 1987 года. Он содержал актуальную информацию, обзор «Комсомольской правды», молодежных журналов, вести из комсомольских организаций, сообщения на международные темы, спортивные новости, звуковые включения – интервью, репортажи, выступления, разнообразные музыкальные композиции. В годы перестройки канал как вид вещания утвердился на Всесоюзном радио («Собеседник», «ЛИК» и др.).

«Собеседник» – передача для пожилых людей, домохозяек, т.е. для тех слушателей, которые большую часть времени проводят дома, на улицу выходят только в магазин, по каким-либо хозяйственным делам или посидеть на скамеечке.

В литературно-художественном вещании популярным стал канал «ЛИК» («Литература и культура»), в котором три раза в неделю по два–три с половиной часа звучали обозрения новостей различных видов искусств – литературы, музыки, живописи, – репортажи с театральных, эстрадных и филармонических премьер, вернисажей и художественных презентаций, давались портреты деятелей отечественной и мировой культуры, небольшие инсценировки литературных произведений, анонсы и фрагменты новых Представлений радиотеатра и театра у микрофона и выступления различных авторитетных деятелей культуры по актуальным проблемам истории искусств и современной художественной практики.

Главная особенность этой формы вещания – достаточно большая длительность каждого выпуска программы и четкая композиция. Целостность канала может возникнуть, прежде всего, как результат тематического единства программы. В качестве примера вспомним появившийся в 1990 году и ставший на длительный период визитной карточкой «Радио России» общественно-политический канал «От первого лица», посвященный актуальным политическим, экономическим, социальным событиям в стране. В студию приходили известные политические деятели, осуществлялись прямые включения из других городов. Позже его сменил новый канал – «Отражение», включающий информационную программу «Вести», общественно-политические и художественные передачи.

Тема спорта – сквозная в специализированном спортивном канале радиостанции «Эхо Москвы». Эта программа содержит разнообразную спортивную информацию, прямые репортажи со стадионов и спортивных площадок. Кроме того, в студию постоянно приглашаются гости – спортсмены, тренеры, спортивные журналисты, которые комментируют наиболее важные и интересные спортивные события, рассказывают о разных видах спорта. Игровая передача спортивного канала «Два болельщика два» – своеобразное состязание в эфире двух слушателей, которые должны ответить на вопросы, касающиеся мира спорта. Игра проходит в несколько этапов, в суперфинале победитель получает главный приз.

Целостность канала может сложиться и как результат единства функционального характера. Типичным примером такого рода программы могут служить утренний (5.30–10.00), дневной (14.00–15.00) и вечерний (18.00–20.00) информационные каналы радиостанции «Эхо Москвы».

Рассмотрим информационное поле утреннего канала. Он открывается двухминутным выпуском новостей (5.30), после чего следует развернутый прогноз погоды – «Метеоскоп», содержание которого составляют оперативная информация метеорологической службы и знакомство с народными приметами. Затем, чередуясь каждые 15 минут, идут короткие выпуски новостей общего характера, к ним прибавляются обзор прессы, передача «Моя Москва» (знаменитые москвичи рассказывают о своих любимых местах города), новости

косметики и парфюмерии, «Спорт-курьер», «Гранит науки», обзор газет столетней давности («Московские старости», «Банковский вестник»), «Эхомобиль» – передача для автолюбителей, советы дачникам («Во саду ли, в огороде»), разнообразные комментарии на актуальные политические темы, новости мобильной телефонии («Где бы вы ни были»), экономическая информация и радиожурнал «Арбатский Арс», о котором мы уже рассказывали. Большинство программ, названных здесь, повторяются в дневном эфире. Уже само перечисление свидетельствует о том, как насыщен информацией этот отрезок круглосуточного вещания «Эха Москвы» и как уместно уживаются в нем самые разнообразные темы.

Примерно по такому же принципу построена сетка дневного и вечернего каналов. В 19.05–19.15 в эфир идет самая большая информационная программа «Эхо». Если проанализировать вещательный день в целом, то окажется, что практически все передачи радиостанции содержат свежую информацию.

Объединяющим элементом канала может быть и личность журналиста-ведущего.

Все компоненты – единство темы, личность ведущего, функциональный характер – могут действовать в совокупности в общественно-политических и музыкально-развлекательных каналах. Таков, к примеру, популярный молодежный музыкально-развлекательный канал «Четыре четверти» – наиболее динамичная часть вечернего эфира «Радио России». Он включает несколько передач: «Когда не хватает джаза» – о новинках джазовой музыки, «На завалинке» – о фольклорной музыке разных стран, «Радиофильм представляет» – программа о новостях кино, «Театральная афиша» – о наиболее заметных спектаклях, «Песня года» – интервью с самыми яркими эстрадными исполнителями, «Шуршалочка» – авторская программа Т. Визбор, подготовленная по письмам радиослушателей, «Каблучок» – о новостях моды, «А в этом что-то есть» – о музыке в кино и анимационных фильмах и «Вечерний звон» – юмористическая передача по письмам в редакцию.

Канал «4/4» по стилистике, манере ведения и темпу отличается от большинства более академичных программ «Радио России». Темп программы быстрый, напряженный, ведущие прямого эфира объединяют передачи в единый поток, приглашают в студию гостей, беседуют с ними в своеобразных «антрактах» между отдельными материалами и частями программы.

ГЛАВА 5

РАБОТА РАДИОЖУРНАЛИСТА. ОСНОВЫ МЕТОДИКИ

Предварительная подготовка к эфиру

Любая передача для журналиста начинается с определения той цели, которую он ставит перед собой, готовясь к ней. Любое жизненное событие, социальное или культурное явление многогранны и потому уже при выборе темы требуют от журналиста формирования своеобразной рамки, осознания границ проблемы. Все это помогает сосредоточению внимания на главном сначала самого журналиста, а потом и аудитории.

В некоторой степени выбор темы уже предопределен специализацией редакции, радиоканала или радиокомпании, ее основными тематическими направлениями, форматом. У каждой радиостанции – своя проблематика, в которой журналист должен разбираться достаточно глубоко и основательно.

Таким образом, выбор редакции – первый и важнейший этап в определении главной темы журналистского творчества. Самое важное в русле этой главной проблемы – процесс накопления знаний, умение оценить новое явление или факт.

Часто возникает ситуация, когда молодой и бесспорно талантливый журналист быстро «выдыхается», и тогда к его передачам, репортажам или комментариям теряют интерес и слушатели, и коллеги. Причина проста: ему не хватило знаний, эрудиции. «Культурный слой», на котором он пытался возвести «свое здание» в эфире, оказался слишком тонок... (Отсюда столь заметное в 90-е годы стремление журналистов к «сильнодействующим» средствам в лексике, но об этом речь впереди.) И он начинает повторять азбучные истины, давно ставшие общеизвестными факты, вызывая у слушателей ощущение пустоты и досады.

Часто в таких случаях говорят, что исчерпана тема. Но это не так, исчерпана не тема – исчерпано знание журналиста об этой теме. Например, если корреспондент работает на радиостанции, обращенной к женской аудитории, он обязан тонко разбираться во всем, что именуется «женским вопросом», знать его многовековую историю, развитие, сегодняшнее состояние как у нас в стране, так и за рубежом. В противном случае (как произошло, например, в освещении «дела» Моники Левински – этот роман президента США с практиканткой в Белом доме занял огромное место в журналистике конца XX века) легко сбиться на одно лишь радостное пустословие, оставляя в полном неведении свою аудиторию относительно тех глубинных процессов феминистской революции, которые происходят сегодня в мире, и в частности в Америке, со всеми ее плюсами и минусами.

Второй этап освоения темы – специализация радиожурналиста.

Заметим, что, не найдя своей оригинальной темы, корреспондент вряд ли сможет стать сколько-нибудь заметной творческой личностью даже при наличии несомненного таланта. Хорошо, если человек, вступивший на журналистскую стезю, сразу находит ту тропку, по которой ему интересно идти. Радио знает десятки имен журналистов, которые добились признания именно благодаря тому, что мы понимаем под суховатым словом «специализация».

Это вовсе не означает, что на радио нет профессиональных областей, требующих широты охвата, нет своеобразного многоготемья, характеризующего, например, деятельность собственного корреспондента в том или ином регионе или работу ведущего информационно-публицистической программы. Но такая широта охвата также является своеобразной специализацией журналиста, и она необходима, как и обязательное знание тех или иных особенностей региона, его истории, языка и культуры.

Специализация, безусловно сужая круг затрагиваемых вопросов, позволяет в то же время глубже проникать в их суть, раскрывать их, что называется, с уже готовыми доказательствами и фактами в руках. Она предусматривает не только знакомство журналиста с литературой и подбор информации по избранной тематике, но и организацию, и постоянное ведение им специального справочного аппарата, т.е. наличие своеобразного досье.

Досье журналиста – это прежде всего жизненный опыт и, конечно же, знания, накопленные им в период общей предварительной подготовки, о которой говорилось выше (такие знания, естественно, должны быть активно использованы на всех этапах работы); это понятия об основных и наиболее актуальных сторонах избранной тематики и «подходах» к ней, представление об этических рамках данной проблематики; и, наконец, это знание истории, географии, культуры региона, на который работает эфирный канал.

Приведем пример. Известный радиожурналист Ю. Гальперин, ведя из будапештского аэропорта протокольный репортаж (из Венгрии отбывал Н.С. Хрущев), из-за задержки гостя попал в критическую ситуацию. Уже прозвучали принятые тогда торжественно-грозные слова: «"Говорит Москва" Работают все радиостанции Советского Союза!», когда он понял, что приезд делегации в аэропорт задерживается. Ему пришлось говорить экспромтом 32 минуты – и он сделал это, потому что знал многое об этом ответственном визите.

Передача приобрела небывалую для подобного «официоза» глубину и цельность, став классикой радиодокументалистики.

Конечно, нельзя надеяться на то, что репортер владеет всей суммой знаний и фактов, которые выработало человечество, даже по сугубо ограниченной тематике. Кроме справок в Интернете хороший журналист пользуется газетными вырезками, сообщениями информационных агентств, справочниками по избранной специализации. Эти материалы могут быть заложены в личный или редакционный компьютер, куда могут также заноситься лучшие написанные на данную тему материалы – как собственные, так и коллег. В это же досье вносятся запомнившиеся фразы, цитаты, по тем или иным причинам не использованные в предыдущих передачах удачные приемы, «задумки», заголовки и т.д.

Журналист всегда должен быть готов при необходимости использовать этот материал. Хотя порой на то, чтобы накопленный и бережно хранимый материал пригодился (или, как говорят журналисты, заряд «выстрелил»), могут уйти годы. По словам одного

известного журналиста, почти десять лет он берег запомнившуюся фразу из чеховского водевиля «Медведь» («Я порядочный человек. Я стреляю и попадаю пулей в подброшенную копейку...»), прежде чем использовал ее в очерке об олимпийском чемпионе по стрельбе.

Подобные наработки должны всегда находиться под рукой, но чтобы и их легко можно было найти, необходима строгая система их подбора и хранения. Она сугубо индивидуальна, но главное общее условие – не доверяться памяти (как в известной шутке Альберта Эйнштейна, сказавшего, что за всю жизнь ему в голову пришло две-три стоящие мысли и он запомнил их так, не записывая).

Второй совет – не забивать беспорядочно ящики письменного стола ворохом бумаг, газетных вырезок, случайных записей. Сделанные накануне заметки надо обязательно перечитать на следующий день, это поможет лучше запомнить их, найти точное место для них в архиве и, что особенно важно, восстановить ход мыслей, которые привели к необходимости сделать эту запись. Потому что зачастую бывает и так: обнаружив заметку через некоторое время, репортер не может вспомнить, зачем, собственно, была сделана эта запись («А ведь было что-то важное...»).

Несколько слов о системе хранения. Собираемые материалы обычно предлагается делить на чисто справочные: адреса, фамилии (обязательно имена и отчества!), должности людей, цифровые данные, даты и т.д.; проблемные: вырезки из газет и журналов, материалы по избранной тематике (как свои собственные, так и коллег), расшифровки не прошедших в эфир передач; наконец, творческие заготовки: неиспользованные заголовки, варианты начала передач, интересные наблюдения, фразы, словом, те самые «изюминки», которые определяют стиль передачи.

Распределив таким образом поступающие в личный архив материалы (допустимы и другие градации – в зависимости от тематики, специализации, вида вещания и т.д.), журналист определяет «места хранения». Для справочного материала это могут быть помимо компьютера особые карточки, хранящиеся как в библиотечном каталоге, так и в специальных ящичках (удобнее всего расположить их в алфавитном порядке).

Проблемные материалы можно держать в особых папках, причем здесь более удобным становится не алфавитный, а временной принцип их распределения, это поможет при необходимости сопоставить многие акценты, связанные с изменением характера эпохи, подходов к теме, жанровой структуры, языка.

Что же касается хранения творческих заготовок, то здесь наряду с перечисленными выше способами вполне приемлемым оказыватся занесение записей в журналистский блокнот. Особенно это удобно для журналистов, работающих в прямом эфире, когда порой нет времени на длительную подготовку передачи.

При любом способе хранения следует строго соблюдать следующее правило: каждая запись, каждый архивный документ должны иметь пометку: где, кем, когда (а лучше – и в какой ситуации) написана данная статья, подготовлена передача, произнесена запомнившаяся фраза, откуда взята цитата, та или иная статистическая выкладка. Диктуется это правило не только культурой журналистского творчества и ответственностью перед собой и коллегами – отсутствие такой «сноски» ведет к большой затрате времени на поиски имени автора, статьи, цитаты и т.д.

Небрежное отношение к архиву может стать причиной неприглядной ситуации, такой, например, в которую попал однажды некий известный поэт, прочитавший по радио

стихи Бориса Пастернака, выдав их за свои. Плагиат обнаружился, конфуз был большой. Причина же скандала крылась всего лишь в неумении вести личный архив. Как-то незадачливому автору понравилось одно стихотворение великого поэта, и он записал его. Потом случайно обнаружил листок с чудесными стихами и принял их за свои. «Пикантность» ситуации заключалась еще и в том, что поэт этот считался одним из самых яростных гонителей Пастернака.

Перечисленные способы ведения архива применимы наряду с использованием компьютера, который, естественно, значительно облегчает хранение и доступ к информации, позволяет значительно увеличить ее объем.

Важный момент организации и ведения архива – его постоянное обновление. Избавляться при этом от старых материалов, если нет на то крайней необходимости, не стоит – неизвестно, где и когда могут понадобиться пожелтевшие листки, хранящие дыхание времени.

Все эти правила следует соблюдать и при хранении звукозаписей. Личный звуковой архив также должен найти отражение в строго оформленном каталоге. Правда, долгое хранение в обычных условиях магнитной пленки – дело рискованное. Она сохнет, становится ломкой, теряется качество звука, а порой и сама возможность воспроизведения его на профессиональной аппаратуре. Поэтому по возможности время от времени надо менять носитель звукозаписи (т.е. переписать с обычной магнитной пленки на кассету или CD, ввести в компьютер).

Сохранить на очень длительный период времени самое дорогое и необходимое в звуковой библиотеке радиожурналиста помогают лазерные диски, которые к тому же значительно освобождают место, занимаемое довольно громоздкими пленочными архивами.

Завершающий этап предварительной подготовки связан уже с конкретным заданием, полученным журналистом в редакции. К его выполнению можно готовиться исподволь, если тема и конкретная программа запланированы заранее или если журналист является ведущим какой-либо постоянной передачи или цикла. Но очень часто задание бывает связано с необходимостью оперативного освещения события в тот момент, когда оно происходит (это и есть собственно прямой эфир). В этом случае время подготовки сжимается иногда до нескольких часов полета на место события или даже до нескольких минут для участия, скажем, в оперативном интервью в студии. Но чем острее дефицит времени, тем большее значение приобретают основательность, глубина и «боеготовность», которую журналист приобрел на ранних этапах подготовки к передаче.

Определив тему и узнав задание, корреспондент «привязывает» все накопленное к данному реально разрабатываемому жизненному событию. На этом этапе радиожурналист независимо от того, выступает ли он в прямом эфире или собирается делать документальные записи, обязан четко представить себе, а при наличии времени и записать план действий. В него войдут:

– точное осознание цели задания (если она не очень понятна, следует обязательно переспросить или уточнить ее);

– пути получения как можно более полных и точных сведений об объекте;

– описание ситуации и обстановки, в которой придется работать;

– примерный перечень и формулировка вопросов, на которые необходимо получить ответы;

– определение жанра передачи, пусть даже предварительное;

– выработка одного-двух запасных вариантов на случай срыва той или иной договоренности, изменения ситуации и т.п.

Наконец, на этом этапе подготовки к эфиру радиожурналист обязан самым тщательным образом проверить технические средства записи. Надо быть уверенным в исправности своего главного инструмента – магнитофона (не сели ли батарейки и достаточен ли их комплект? достаточно ли количество дисков, пленки или кассет? нет ли на них нужных записей, которые могут быть случайно размагничены? в порядке ли микрофоны?).

Если прямой эфир идет из студии, следует проверить (также до начала программы), проходит ли сигнал от вас к режиссеру, работают ли телефоны связи с аудиторией, в наличии ли комплект музыкальных записей, отбивок и т.д. Непременно нужно уточнить, вызваны ли к началу программы или к условленному времени ее участники.

Возможно, многое из этого не входит в прямые обязанности репортера или комментатора, но штат современных радиостанций крайне невелик, так что приходится заниматься и этим. Этап предварительной подготовки – сложная и кропотливая работа журналиста-профессионала. В ней нет мелочей, так как пренебрежение любой из них может привести к срыву программы.

Итак, предварительная подготовка к передаче завершена, и радиожурналист оказывается один на один с непосредственными участниками события, рассказ о которых и составляет смысл его творческой деятельности. Причем это может быть рассказ или интервью в прямом эфире, совпадающие по времени с событием вне студии или в самой студии, или работа, смысл которой в том, чтобы записать на пленку (а уже потом в аппаратной отмонтировать ее и «довести до кондиции») наиболее яркие высказывания, эпизоды и детали, – безотносительно к форме дальнейшего эфира перед журналистом возникают проблемы, связанные с профессиональным общением.

Общение в работе радиожурналиста

Готовя передачу, радиожурналист всегда общается с людьми: получает информацию о них и об их жизни, воспринимая и внутренне оценивая личностную сущность человека, выбирает свою адекватную систему поведения по отношению к нему. Другими словами, он непрерывно взаимодействует с людьми. В этом взаимодействии происходит столкновение интересов двух сторон. Если интересы совпадают, общение развивается органично и безболезненно, правда, при условии, что журналист не совершает психологических ошибок. Разные или противоположные интересы в общении ведут к борьбе и появлению элементов противостояния. В журналистской деятельности и то и другое проявляется иногда в сложных, причудливых сочетаниях.

Многое решает целевая направленность материала. Одно дело создавать портретный радиоочерк, задачей которого является популяризация личности, и совсем другое – готовить

острый критический материал, проводить журналистское расследование. В этих случаях желание «героев» сотрудничать с журналистом может быть совсем разным. Между этими полярными примерами есть бесчисленное множество вариаций, с которыми журналисту приходится встречаться в своей работе.

На готовность того или иного человека предоставить журналисту информацию, вступить с ним в контакт влияют различные факторы.

Во-первых, компетентность человека в том вопросе, по которому к нему обращается корреспондент. В случае отказа дать информацию журналист должен правильно представить себе его мотивы. Иногда они действительно связаны с тем, что человек, к которому он обращается, не знает материала в такой степени, чтобы высказать глубокое и интересное суждение. Тогда журналисту приходится искать другой источник информации. Конечно, с теми, кто не только знает и охотно готов дать все нужные сведения, но часто и сам звонит и пишет в редакцию, работать легче. Но здесь следует быть осторожным: мотивы такой активности не всегда продиктованы самыми лучшими побуждениями и действительной компетентностью человека в той или иной проблеме.

Во-вторых, система служебной субординации. Радиожурналист неизбежно столкнется с этим обстоятельством, как только попытается получить информацию в официальном учреждении, какой-либо фирме или на предприятии. Иногда человек, который компетентен в данном вопросе (журналист знает об этом более или менее точно), уклоняется от предоставления материала или выражения собственного мнения. Причиной может быть его неуверенность в положительной реакции вышестоящих инстанций на опубликование этого материала: во многих учреждениях предоставление информации по определенным вопросам резервировано за руководством. Из этого следует, что в каждом конкретном случае журналист должен правильно решить, на каком уровне ему следует устанавливать контакт, чтобы получить нужную информацию. Практика показала, что лучше всего обращаться (особенно это относится к официальным учреждениям) к лицам, по должности облеченным правом принимать решения, или в отделы по связям с прессой.

В-третьих, профессиональная принадлежность человека. Любой опытный журналист знает, что профессия накладывает отпечаток на характер обмена информацией. Эту интересную особенность подметил психолог П.М. Ершов: «Люди, привыкшие иметь дело с детьми, молодежью, люди, от которых по роду деятельности требуется доброжелательная аккуратность, кто имеет в виду будущее – педагоги, воспитатели, – часто имеют склонность преимущественно выдавать информацию. Всякого рода администраторы, занятые больше настоящим, наоборот, склонны чаще добывать ее. Для тех, кто привык употреблять слова с полной ответственностью – таковы военные, математики, специалисты в точных науках, – характерна склонность обмениваться информацией конкретной, однозначной даже тогда, когда речь идет о предметах, далеких от круга их профессиональных интересов.

Люди гуманитарных профессий – писатели, критики, искусствоведы, режиссеры – часто склонны, наоборот, к выражениям многозначным и к многословию. Профессиональные навыки выступают в характере обмена информацией всегда, разумеется, с поправками на индивидуальный характер каждого отдельного человека. Но все же нескладно говорящий адвокат, повышенно откровенный разведчик, постоянно начинающий позиционную борьбу с воспитуемыми педагог, многоречивый кадровый командир – все это в жизни исключения из правила, интересные как раз тем, что они иногда ярко характеризуют данного конкретного человека».

В-четвертых, психологические свойства личности. Одни люди более коммуникабельны, другие – менее. Признаки готовности или нежелания сотрудничать с журналистом, проявляющиеся во внешней реакции человека, не всегда могут быть расценены правильно. За негативным отношением к сотрудничеству может скрываться чрезмерная скромность или присущий человеку «комплекс неполноценности». Этот комплекс – явление вполне нормальное, так или иначе он проявляется у многих людей, и журналист должен с этим считаться. Терпеливое и тактичное развитие контакта, как правило, приносит успех.

Облегчить контакты с интересующими людьми журналисту помогает опять-таки специализация, т.е. работа в определенном диапазоне проблем. Конечно, такая специализация не всегда возможна, ибо задачи, возникающие перед ним, весьма многообразны. Но любой журналист с опытом обязательно «обрастает» связями в той сфере, которой он по преимуществу занимается, о которой пишет и о которой создает радиопередачи. Взаимоотношения с уже знакомыми людьми на основе собственной сложившейся и известной профессиональной репутации всегда проще и неформальнее отношений, которые возникают в результате первых, новых контактов. Постоянная забота журналиста о расширении круга своих источников информации – непременная предпосылка его успешной деятельности.

Ответственные, занятые люди иногда расценивают интервью для печати, радио и телевидения как непростое и не всегда нужное лично им мероприятие, требующее затрат времени.

Иногда за отказом скрывается боязнь высказать свое собственное мнение, нежелание входить в противоречие с мнением других, неопределенность и несформированность своих взглядов, а, может быть, и какие-то личные причины не «светиться» в СМИ. С другой стороны, это может быть связано с попыткой выиграть время для того, чтобы собраться с мыслями, или с неправильным пониманием целей интервьюера, неблагоприятной обстановкой беседы. Журналисту нужно уметь правильно классифицировать эти причины, вовремя прекратить разговор или искать его верное продолжение.

Уклонение от общения с журналистами почти никогда не бывает выражено в форме прямого и категорического отказа. Чаще используются более «мягкие» формы, поскольку известно, что обязанность предоставлять журналистам информацию и право последних собирать и свободно распространять ее закреплено законодательством. Чтобы избежать общения с корреспондентом, должностные лица, государственные и политические функционеры иногда прибегают ко всевозможным уловкам, ссылаются на занятость, «отсутствуют и неизвестно, когда будут», ускользают через «черный ход», отказываются комментировать, «"не хотят или не могут подтвердить или опровергнуть» ту или иную информацию, будучи вполне компетентными это сделать. Однако у тех, кто не понимает, что надо не бороться и игнорировать прессу, а научиться сотрудничать с ней, средства массовой информации достаточно быстро вырабатывают «болевой рефлекс» – издержки такого поведения в некоторых случаях могут быть большими.

Опубликованный факт отказа предоставить журналисту информацию, как правило, уже сам по себе красноречив и негативно влияет на репутацию как должностного лица, так и представляемого им учреждения, а кроме того, дает оправданную этим обстоятельством возможность истолкования. Приведем пример.

Ведущий. Наш корреспондент сообщает из Дома Правительства Российской Федерации.

Корреспондент. Руководитель Департамента печати и информации Игорь Шабдурасулов на вопросы журналистов, заданные после состоявшегося сегодня заседания Кабинета министров, отказался комментировать распространившиеся здесь слухи о возможной национализации ОРТ и технического центра Останкино. Шабдурасулов известен как один из самых компетентных специалистов по этому вопросу. Он категорический противник деприватизации крупнейшей телевизионной компании и персонально отвечает за подготовку документов по законодательному обеспечению деятельности ОРТ и электронных СМИ вообще.

На вопрос, что он может сказать по поводу возможного запрета деятельности частных телекомпаний, Игорь Шабдурасулов не захотел ни подтвердить, ни опровергнуть сведения, которые циркулируют в коридорах «Белого дома» на Краснопресненской набережной.

(Пленка, голос.)

Шабдурасулов. Не могу ничего сообщить по этому поводу.

Корреспондент. Так заявил он и решительно отказался продолжать разговор на эту тему. Наблюдатели из политических и журналистских кругов считают его позицию непрямым подтверждением успеха атаки коммунистов на независимые СМИ. Видимо, следует ожидать, что в ближайшие дни в этот конфликт между правительством и левыми фракциями в Думе вмешается президент, который, напомним, является гарантом независимости средств массовой информации и свободы слова.

Право на отказ в общении, в предоставлении СМИ информации абсолютно в том смысле, что у журналиста нет средств принуждения к обратному, но он пользуется своим правом сообщить о таком отказе, предоставляя таким образом общественности возможность сделать свои выводы.

Но чаще журналист встречает благожелательное отношение со стороны людей, к которым он обращается в поисках информации. Ведь если верно известное в журналистике выражение «имена делают новости», то справедливо и обратное – «новости делают имена»: рассказывая о событиях и фактах, передавая мнения и оценки, печать, радио, телевидение выделяют из общей массы героев своих передач, повышают их значимость в собственном и общественном сознании. При общении с журналистом учитывается влиятельность и значение СМИ как мощных каналов выражения и формирования общественного мнения.

В процессах общения конечная цель определяет лишь общую стратегию поведения общающихся. Тактика же, способы их поведения, как утверждает социальная психология, зависят от того, как воспринимаются и отражаются в сознании друг друга собеседники.

От журналиста требуется высокая культура, выражающаяся, в частности, в умении замечать и правильно истолковывать нюансы в поведении человека.

«Умение примечать главное в другом человеке, – пишет психолог А.А. Бодалев, – зависит не только от нашей наблюдательности, ума, от нашего воображения и способности

к сопереживанию, но и от того, как мы руководим своими случайными эмоциями, насколько в ладу друг с другом наши чувства и ум».

Оценка журналистом партнеров по общению начинается с первых минут знакомства. И здесь опыт предостерегает от ряда типичных ошибок.

– Партнеру легко приписываются некоторые качества на основе установившихся стандартов оценки внешнего облика. Например, высокий лоб, очки часто заставляют предположить в собеседнике образованность, а седина дает повод думать о его богатой духовной жизни. Это элементарные примеры, но они показывают предрасположенность воспринимать человека определенным, «запрограммированным» образом.

– Партнера оценивают по принципу «сужу по себе», т.е. журналист приписывает свои душевные качества другому, переносит на него черты, свойственные ему самому, видит в другом человеке свой аналог.

– Журналист наделяет собеседника (особенно если это выдающаяся или высоко стоящая в общественной иерархии личность) набором положительных качеств, в действительности, возможно, ему не свойственных. Такое представление может сложиться в ходе предварительно проведенного изучения предстоящего партнера по общению из разговоров о нем со «знающими» людьми, по слухам и т.д.

Вообще журналисту нужно научиться оперативно преодолевать инерцию первых впечатлений, которые лишь в редких случаях дают точное представление о людях. В сознании воспринимающего первые впечатления чаще всего относят человека к одной из групп людей в тех «классификациях типов», которые сложились в прошлом опыте. Дальнейшее узнавание человека ведет к раскрытию в нем признаков, составляющих своеобразие его личности.

Предположим, радиожурналисту необходимо установить контакт с известным ученым, чтобы получить информацию о работе института. Конечно, с самого начала он должен иметь четкое понимание и своей профессиональной роли. Предоставление информации журналисту не нужно рассматривать как некое одолжение, в этой ситуации он не проситель, не ходатай по личному делу, а человек, работающий для большой аудитории, представляющий ее интересы, – гаков исходный момент в стиле общения. Поэтому уже при первом (скорее всего, телефонном) контакте речь журналиста должна быть краткой, деловой, ему следует дать понять, что он уважает не только время партнера, но и свое собственное.

Возьмем в качестве примера два варианта телефонного разговора:

I. «Господин Петровский? Вас беспокоят из редакции "Маяка". Нам стало известно, что в Вашем институте сделано интересное открытие. Вы занятой человек, но не могли бы уделить немного времени для небольшого интервью в связи с выдвижением этой работы Вашего коллектива на соискание Государственной премии? Очень бы хотелось сделать материал. Это говорит корреспондент Бояринцева, я могла бы подъехать в любое удобное для Вас время».

II. «Господин Петровский? Говорит корреспондент Наталья Бояринцева из радио "Маяк". В связи с опубликованием списка работ, выдвинутых на соискание

Государственной премии, хотим просить Вас дать интервью для радиослушателей. Рассказ об этой работе представляет для нашей аудитории большой интерес. Если Вы не возражаете, давайте договоримся о времени и месте встречи».

И в том, и в другом случае дальше может идти уточнение темы беседы, ориентировочная формулировка вопросов, которые предполагается затронуть, обсуждение различных обстоятельств. Но исходный, стартовый момент в установлении контакта, способный существенно повлиять на дальнейшее общение, как нетрудно заметить, разный: элемент самоуничижения, слабой позиции в первом варианте и спокойной уверенности – во втором. Второй вариант более профессионален, хотя, конечно, и он не обязательно сработает безотказно: партнер может быть очень занят, может уезжать в командировку, наконец, оказаться просто малоконтактным и трудным в общении. Но в любом случае такая манера ведения разговора предпочтительней.

Образ собеседника как личности и осознание его общественной роли складываются у журналиста относительно четко по окончании подготовки к встрече. Мы уже говорили, что в дальнейшем могут возникнуть некоторые уточнения и корректировки, но если у включенного микрофона (а специфика радиожурналистики в том и состоит, что момент общения в прямом эфире одновременно есть и результат его) репортеру приходится кардинально переоценивать имеющиеся представления, это означает, что его подготовка не была удачной. Перед интервью полезно задать себе несколько вопросов. Например:

"Каково самоопределение партнера по общению?"

"Не кажется ли он сам себе значительнее, чем есть на самом деле?"

Встречаются и среди умных людей такие, чья оценка собственной персоны воспаряет в заоблачные сферы. Или, наоборот, человек умаляет свою истинную цену, испытывает смущение от того, что его скромная личность привлекла внимание журналиста.

«Каков в представлении собеседника журналист: человек, снисходящий до того, с кем общается, достойный собеседник или профан, отнимающий время?»

Академик Л. Ландау, физик с мировым именем, находившийся в сложных отношениях с журналистами и «достижимый» для очень немногих из них, на вопрос, каким он представляет себе дельного журналиста, ответил: «По всей вероятности, корреспондент должен быть хорошо эрудированным в тех вопросах, которые он освещает, дабы не путать, как это было однажды после беседы со мной, теорию относительности с теорией вероятности... Корреспондент всегда обязан точно знать, зачем он пришел к человеку, какую именно информацию он хочет получить. Нужна точная цель, стержень, ствол беседы, а уж ответвления от этого главного – дело второстепенное...» Знаменательно, что Ландау сказал это именно тому радиожурналисту, с которым он часто общался, кто был для него достойным собеседником.

"Каков я в глазах того, с кем общаюсь?" – этот вопрос задает себе каждый радиожурналист, особенно в начале своего профессионального пути. Если попытаться с этой точки зрения определить оптимальный психологический тип личности радиожурналиста, можно сказать: это воспитанный человек с сильным характером, проявляющий дружескую расположенность в общении. Ему свойственны уверенность в себе, сдержанность, тактичность, мобилизованность и подтянутость.

Уверенность в себе. Эту черту характера не следует путать с самоуверенностью. Уверенность в себе основана на осознании общественной полезности дела, которому служит радиожурналист. Сила личности связана с убежденностью в правоте своего дела, в поддержке со стороны общественности. Самоуверенность же выражается в противопоставлении себя окружающим и потому производит плохое впечатление, особенно если под ней скрывается невежество.

Сдержанность, по существу, означает экономию в проявлении эмоций, своих личных симпатий и антипатий, умение оставаться в корректных профессиональных рамках. Поспешность выводов и обобщений в оценке людей свидетельствует о недостатке сдержанности. Другая крайность – эмоциональная «скупость».

Тактичность – верная спутница сдержанности, правильный выбор линии поведения применительно к конкретным обстоятельствам. Тактичность – это инстинктивное чувство равновесия, а не маска, используемая для того, чтобы любой ценой поддержать удобные отношения; это уважение и понимание личности собеседника, мотивов, которыми он руководствуется в общении с журналистом; это и крайняя осторожность, и любезность в тех случаях, когда именно эти качества необходимы.

Мобилизованность и подтянутость как внутренняя, так и внешняя. Журналист должен держаться с достоинством, без фамильярности, которую можно принять за развязность, но и без лишнего напряжения, выглядеть всегда готовым к деятельности. Его внешний вид тоже можно считать фактором общения (встречают «по одежке», как говорит русская пословица).

В процессе общения интересы взаимодействующих людей различаются, между ними так или иначе распределяются роли: один партнер (в нашем случае радиожурналист) стремится получить информацию, другой – дает или должен дать ее; один из них может быть на позиции сильного, другой – на позиции слабого. И есть еще один, предпочтительный для журналиста вариант: позиция равных собеседников, каждый из которых – профессионал в своем деле.

Обстановка общения становится благоприятной, если собеседник чувствует непредвзятость, беспристрастность журналиста, видит, что его принимают таким, каков он есть на самом деле, независимо от обстоятельств и занимаемого им положения в обществе, и атмосфера доверия немедленно разрушается, если у партнера по общению возникает ощущение, что он представляет для журналиста интерес только как средство достижения профессиональных целей.

Репортер в прямом эфире

Корреспондент обязан учитывать, что «живая передача», форму какого бы жанра она ни принимала, – это еще и особый вид контакта с аудиторией.

Работа в прямом эфире, позволяющая, действительно, использовать все возможности радио, должна предусматривать некое равенство между ведущим и аудиторией. Успех передачи определяется не только емкостью и оперативностью информации, ее оценкой слушателями, признанием правоты журналиста или, по крайней мере, попыткой понять его точку зрения, прислушаться к ней, но и умением ведущего найти форму искреннего разговора и желанием выслушать оппонента. Именно здесь смыкаются или расходятся точки зрения, здесь возникает уже не радиовещание, а радиообщение, когда журналист-ведущий и радиослушатель – равные партнеры.

Этот настрой на общение – решающее качество, которое необходимо вырабатывать n себе ведущему прямого эфира, ибо никто не захочет слушать человека, не заинтересованного в поддержании процесса взаимодействия с аудиторией.

Прямой эфир, в том числе и в форме прямого репортажа, – это доходчиво и живо поданная звуковая картина происходящего, донесение существа ситуации до аудитории. Это гегелевское «становление смысла» в ходе свершения события, когда слушатель вместе с ведущим еще не знает, что произойдет в следующую минуту. Отсюда и особое обостренное внимание аудитории, которая как бы «входит» в атмосферу происходящего в реальном времени и становится его непосредственным свидетелем, более того, участником, думающим и решающим самостоятельно.

Умелое построение материала позволяет уйти от поверхностного изложения репортажа. Задача журналиста здесь не только описывать происходящее, но и предусматривать возможную реакцию слушателя, мгновенно реагировать на ход его мыслей. В этом – признак высокого профессионализма. Обратимся к примеру.

Корреспондент в прямом эфире ведет рассказ о подготовке к рейсу нового туристического морского лайнера, который будет курсировать между Санкт-Петербургом и Гамбургом. Он подробно останавливается на красотах его внутреннего убранства, роскошных коврах, картинах, бронзовых пилястрах и т.д.

Следует долгая пауза...

И затем – реплика ведущего, несомненно, рассчитанная на вполне естественную реакцию «рядового» слушателя:

«Ну, это не для нас!..»

Корреспондент. А почему вы думаете, что мы с вами не достойны всего этого?..

Реплика, как бы объединяющая ведущего, корреспондента и слушателя, рассчитана на нечто большее, чем простое сообщение о событии, которое оказалось лишь поводом для размышлений. Происходит смещение акцента – один из приемов, позволяющий из ряда обыденных фактов высечь искру публицистического эффекта. Заметим, что это возможно

лишь в том случае, когда ведущий и слушатель находятся в одном «временном пространстве».

Несомненно, современный прямой радиорепортаж становится скупее, лаконичнее в деталях уже хотя бы потому, что у слушателя почти всегда есть возможность обратиться к телевизионному эквиваленту, способному заменить множество слов одним изображением.

Обычно на прямой эфир с места события информационная программа на любом канале выделяет не более 2–3 минут, за исключением, возможно, спортивных и протокольных репортажей, и это рождает стремление к точности, выразительности, а главное – к емкости речи.

Так, например, оценивая в коротком сообщении с места прохождения малочисленную, но шумную и крикливую демонстрацию, корреспондент бросает печально-комическую фразу-цитату: «Долог их путь. Страшно далеки они от народа...» Или в репортаже о концерте выдающегося пианиста Давида Ашкенази, приехавшего из эмиграции в Москву на гастроли, журналист, подглядев, как солидный маэстро украдкой ершит волосы перед зеркалом, замечает: «Смотрите, несмотря на 28 лет разлуки, маэстро причесывается по-русски!» Такая фраза заменяет по своей эмоциональной насыщенности (да и по смыслу) любое длинное рассуждение на тему ностальгии.

Вообще стремление передать одной-двумя фразами суть происходящего (наряду с описанием и звуковой картиной) – одно из самых плодотворных направлений в практике прямого эфира. Такой «словесный концентрат», по сути, становится образным осмыслением события, подобно тому, как стало звуковым образом великого события знаменитое гагаринское «Поехали!..»

Стремясь к максимальной насыщенности и точности языка, нужно помнить, что слушатель всегда оценивает не только характер события и его составляющие, но и самого журналиста именно в силу важнейшего свойства специфики радио – его личностного характера воздействия на аудиторию.

Журналист на радио должен постоянно ощущать, что современный прямой эфир (в отличие, скажем, от дикторского текста), во многом из-за телевидения, все более тяготеет к аналитичности. И это относится ко всем жанрам. Так, во время беседы корреспонденту постоянно приходится следить за ходом мысли, решая на ходу, на какие не заданные еще вопросы его собеседник уже ответил, не стоит ли отказаться от некоторых запланированных вопросов из-за того, что в процессе интервью возникли новые, появились какие-то другие повороты темы, о которых журналист не догадывался ранее.

Ведущий. Федор Чистяков – лидер группы «Ноль» – всегда неохотно давал интервью, считая, что все сказано в его песнях. Особенно упорно он молчал последние два года. Наш корреспондент стал первым из журналистов, с кем Федор согласился встретиться.

Корреспондент. Федор, выйдя из больницы, ты вступил в секту «Свидетели Иеговы». Насколько мне известно, раньше ты мало интересовался религией.

Ф. Ч. Я не знал, где именно окажется то, что мне нужно на самом деле. Вообще-то это нужно каждому человеку.

Корреспондент. Чем занята твоя жизнь сегодня помимо религии?

Ф. Ч. До определенного момента я работал на заводе – собирал патроны для светильников, прикручивал провода. Это приносило мне некоторые деньги, меня никто не трогал, и я имел возможность спокойно размышлять. Пока не созрел для занятий музыкой. Изредка я брал гитару, что-то наигрывал и постепенно пришел к выводу, что теряю форму. Поэтому сейчас я ушел с этой работы, чтобы освободить побольше времени для музыки.

Корреспондент. В какой-то степени это будет напоминать группу «Ноль»?

Ф. Ч. Нет, это совершенно новый проект. Не то чтобы я был принципиально против участия музыкантов из группы «Ноль», но боюсь, что это будет очень сложно по ряду причин. Со словом Божьим новый проект будет связан, но не впрямую. Есть специальные христианские певцы, но мне бы этого не хотелось.

Корреспондент. Почему?

Ф. Ч. Это уже вопрос, скорее, о том, чем должен и чем не должен заниматься христианин, т.е. разговор уже не о музыке, а на религиозную тему. Ну, а если просто, я хочу, чтобы музыка моя была общедоступной и чтобы я не находился в положении, будто бы я свои идеи кому-то навязываю.

Если прочесть внимательно этот фрагмент, нетрудно увидеть, как журналист умело и «с ходу» перестраивает характер беседы, позволяя материалу раскрыть перед слушателями не просто планы певца, но и его характер.

И, наконец, еще об одном аспекте творческой технологии прямой передачи с места события, влияющем на специфику подготовки к ней.

Прямой эфир – это всегда фиксация мгновения, описание ситуации устами ведущего-журналиста. Отсюда неизбежна субъективная форма изложения, когда автор с полным правом говорит от первого лица, от своего «я» о своем видении события и о своем впечатлении. А значит, именно в этом случае требуется особая индивидуализация языка, голоса, манеры повествования. Хорошего репортера должны узнавать с первых же слов в эфире, как узнавали и помнили долгие годы голоса и манеру держаться у микрофона таких мастеров, как Вадим Синявский, Константин Ретинский, Юрий Арди, Николай Озеров, Юрий Гальперин...

Однако заметим, что чрезмерная индивидуализация языка может иметь и свою негативную сторону, особенно в том случае, если ведущий начинает тяготеть к ненормативной лексике. Об этом, кстати, предупреждают многие руководства для создателей радиопередач во многих странах мира, требуя от журналистов осторожности и точности в использовании радийной лексики именно потому, что радио, будучи средством массовой информации, основанным исключительно на слове, уже выбором стилистики речи способно оказывать колоссальное воздействие на эмоциональный настрой аудитории.

В предыдущей главе мы уже упомянули о том, что в последней трети XX века границы между жанрами на практике стали чрезвычайно размытыми, и если в 50–70-е годы успех радиопередачи и работы журналиста часто и справедливо связывали с точностью жанрового выбора для освещения того или иного события, то в 80-е и особенно 90-е годы

стало очевидно, что в прямом эфире (а это завоевание отечественного вещания относится именно к этому периоду) неизбежно происходит смешение разных жанров в структуре одной передачи.

Так, например, ведя прямой эфир с премьеры нового кинофильма, журналист в той или иной степени обязательно использует:

– радиосообщение (информационную заметку) о самом факте выхода нового фильма к зрителю;

– интервью с режиссером и исполнителями главных ролей;

– комментарий, раскрывающий процесс создания фильма от замысла к воплощению;

– «круглый стол», где будут высказаны различные мнения;

– репортаж о торжественном открытии этой премьеры, об атмо-сфере на сцене, в зрительном зале и фойе.

И, наконец, если журналист заранее добросовестно подготовился к программе, то по согласованию с ведущим, находящимся в студии, в нее могут быть включены заранее записанные на пленку радиозарисовки или миниочерки об авторах фильма.

Однако все эти (и некоторые другие) компоненты еще не создадут впечатления целостного материала. Необходимейший элемент прямого эфира, который поможет сцементировать отдельные составляющие в единое целое, – это уже упомянутое выше описание ситуации.

Только тогда, когда репортер опишет вид зала, передаст настроение публики и общее состояние напряженного ожидания, голоса возбужденных участников премьеры, даст услышать аплодисменты, музыку и речь, идущую с экрана, только тогда ему удастся «перенести» слушателя на место события и предоставить ему возможность услышать и прочувствовать то, что он сам слышит и переживает.

Заметим, что, широко используя элементы очерка, интервью, комментария, даже отчета, прямая передача вбирает в себя их эмоциональную ценность, становится более живой, интересной и яркой.

Прямой эфир тематически всеяден. Поводом для него может быть и футбольный матч, и театральная премьера, и последний звонок в школе. Непременное условие – журналист обязан быть непосредственно на месте события, участвовать в нем, чтобы иметь возможность рассказать о нем достоверно и интересно. Но именно это обстоятельство в определенной степени иногда ограничивает выбор объекта для прямого репортажа. В основном этот выбор возможен в том случае, если событие или запланировано заранее (спортивная встреча, государственный визит, презентация книги и т.п.), или на место события можно успеть добраться в течение времени, пока оно еще длится (военные действия, извержение вулкана и т.п.); если журналист случайно оказался на месте происшествия с магнитофоном или если репортаж делается по горячим следам события.

Есть еще один вариант – так называемая спровоцированная ситуация, когда журналист заранее конструирует передачу (иногда достаточно острую и рискованную), как бы провоцируя ее участников (например, журналистка, «переодетая» путаной, предлагает

взятку милиционеру или репортер пытается пронести недозволенный груз через таможню и т.д.). При этом всегда возникает целый ряд этических, а иногда и правовых проблем, поэтому тщательный учет последствий здесь крайне необходим.

Журналист, на событии начинающий свою работу с «ориентации на местности» и в кругу его участников, должен соблюдать несколько правил:

– определить место, где он будет находиться с микрофоном в руках; следует непременно учесть возможность акустических помех, удобство установки аппаратуры, определить для себя возможность передвижения по ходу события и – что особенно важно – оговорить это передвижение с организаторами;

– прибыв на место, по возможности договориться заранее с главными героями события об их участии в передаче (если это, например, спортивный репортаж, согласовать встречу после финала соревнования);

– проверить предварительные заготовки текста и убедиться, что они совпадают с реально складывающейся ситуацией и атмосферой.

В профессиональных кругах хорошо известен случай, происшедший со знаменитым радиожурналистом, который должен был вести репортаж о всесоюзном молодежном празднике со стадиона в городе на Неве. Праздник заранее был отнесен к категории выдающихся событий в политической и культурной жизни всей страны, из столицы приехали члены правительства, лидеры комсомола. Журналист прилетел в Ленинград всего за час до начала торжеств, но он был заранее оснащен всей необходимой информацией о празднике, имел сценарий парада, описание художественного оформления и т.д. В кармане у него находились превосходные заготовки , в которых он в полную силу выразил свои профессиональные радости по поводу события, найдя для этого всевозможные литературные образы и построения.

Выйдя из самолета, журналист с удовольствием огляделся, убедился, что солнце, как и предполагалось, ярко светит, что на небе ни облачка и что все его художественные изыски окажутся к месту. Но ведь это Балтика, где погода меняется в течение нескольких минут. Пока журналист доехал до островов, где был расположен стадион, хлынул ливень, сильный ветер превратился в ураган, который вместе с градом разметал большую часть «художественного оформления» праздника.

А потом снова выглянуло солнце, и праздник решили не отменять. Но каково было корреспонденту, который, достав из портфеля все свои заготовки, убедился, что ни одна из них не соответствует действительности. Пришлось импровизировать (к чему он оказался не готов), и в эфир вместо внятного рассказа пошел набор стандартных фраз вперемешку с длинным «эканьем» и «мэканьем».

Ориентация на «запланированном» событии непременно подразумевает, что журналисту известны не только предварительный сценарий мероприятия, но и «подводные камни», которые могут возникнуть по ходу его работы. Один такой пример, вошедший в классику отечественного радиовещания, связан с историей легендарного парада на Красной площади 7 ноября 1941 года.

Накануне парада группу журналистов, в том числе и Вадима Синявского, вызвали с фронта в Москву. Подготовиться к репортажу у них не было ни времени, ни возможности.

Знали только, что принимать парад будет маршал С.М. Буденный. Перечень подразделений-участников должны были сообщить журналистам перед самым началом.

Вьюжным ноябрьским утром работники радио разместились в здании ГУМа, откуда по традиции они должны были вести репортаж. Никаких материалов им не принесли, в их «арсенале» было лишь то, что они могли рассмотреть в бинокли. Буденный принял рапорт и поднялся на трибуну Мавзолея. Как раз на этот случай имелась заготовка – небольшой комментарий о славных традициях Красной Армии, которую «создавали и возглавляли Ворошилов и Буденный». Пока Буденный поднимался по ступенькам Мавзолея, кто-то из репортеров и должен был произнести этот комментарий.

И тут Синявский, видя в бинокль, что Сталин, до этого нервно ходивший по трибуне, останавливается прямо возле микрофона, интуитивно хватает коллегу с текстом о Буденном за руку: мол, подожди! Но слушателям коллега уже сообщил: «К микрофону подходит маршал Советского Союза...» А Буденный останавливается далеко от места оратора, к микрофону поворачивается сам Сталин (который в 1941 году еще не был маршалом, и поэтому просто произнести одну фамилию вместо другой было нельзя). Синявский успел сориентироваться и после секундной паузы торжественно объявил выступление Верховного Главнокомандующего.

Вообще готовность к импровизации – обязательное свойство любого журналиста – с опытом возрастает и дает замечательные плоды в самых неожиданных обстоятельствах.

Еще один пример из корреспондентской практики Вадима Синявского, тоже ставший легендой отечественной радиоистории.

...1945 год. Наши футболисты участвуют в ответственном матче, который проходит в Англии. Матч транслируется на весь мир, но наибольший интерес он вызывает в нашей стране. Напомним, что в эти послевоенные годы футбол был едва ли не главным общенациональным увлечением и репортаж Синявского ждали почти как правительственное сообщение о снижении цен. А в Лондоне в тот день был туман, и из ложи прессы (место комментатора) не было видно, что происходит на поле.

Советские спортсмены предложили перенести игру, но устроители матча отказались: деньги в кармане, все билеты проданы.

И вот начался матч. Синявский ориентировался по расплывчатым фигурам игроков. Новая волна густого тумана навалилась на поле так, что комментатор видел уже не игроков, а неясные тени. Тогда он покинул комментаторскую кабину и вышел с микрофоном на боковую линию поля, выиграв метров тридцать. Туман сгущался.

Синявский знал, что в наших воротах стоит замечательный вратарь Алексей Хомич. Судя по движению на поле, шла атака на наши ворота. И вот рев стадиона и взрыв аплодисментов – то ли Хомич пропустил гол, то ли взял мяч...

Синявский убирает свой микрофон за спину и, пользуясь тем, что за шумом стадиона не слышен его голос, кричит нашему капитану, защитнику Семичасному:

– Миша, что?!

– Хома взял!

Эти два слова Синявский расшифровал в эфире так: «В блес-тящем броске из правого верхнего угла Алексей Хомич забирает мяч. Отличный бросок! Вы слышите шум стадиона? Вы слышите эти крики? Это Хомичу аплодирует Лондон».

Необходимость импровизации в прямом эфире возникает и в менее трагикомических ситуациях. Но она возможна лишь при хорошем знании предмета.

В воспоминаниях диктора Ю.Б. Левитана есть рассказ о том, как замечательный актер О.Н. Абдулов, много лет работавший на радио диктором, читал в прямом эфире текст научно-популярной и очень скучной для рядового слушателя статьи. Вдруг две последние страницы неожиданно скользнули у него под пальцами и оказались на полу, довольно далеко от дикторского столика. Как быть? Неужели вставать, ходить по студии, собирать листки? Об этом и речи быть не могло – такая пауза в эфире, да и прихрамывал Осип Наумович. А из аппаратной уже стучат в стекло, отделяющее технику от дикторской, жестами показывают: «Продолжайте!» Положение просто критическое!

Но так как к этой передаче Абдулов, как всегда, готовился очень тщательно, глубоко проработал и усвоил ее содержание, то всем на удивление он озвучил материал до конца без текста. Из студии, правда, вышел в состоянии довольно подавленном, ожидая неприятностей. Но строгий редактор оценил изобретательность Осипа Наумовича: «Ну что же, товарищ Абдулов, – сказал он. – Конечно, статейка тяжеловата. Скучно написана. Но зато в конце автор проявил блестящий юмор, изящество мысли, и концовка у вас прозвучала великолепно!»

Журналист должен быть готов к любому неожиданному повороту события, который преподнесет ему жизнь. Это не означает, что он в состоянии «просчитать» все возможные варианты, – речь идет о внутренней готовности, когда наблюдательность, быстрота реакции, аналитический дар и умение мгновенно «схватить» суть события – все эти свойства человеческой личности становятся качествами профессионала. И, конечно же, здесь очень важна эрудиция журналиста, знание всего того, что стоит за пределами события, его информированность в освещаемой проблематике.

Именно эти качества позволили радиорепортеру в 1998 году убедительно и без ложной сенсационности рассказать о действительно шокирующем событии, когда выдающийся русский писатель А. Солженицын публично отказался от получения высшей награды России. Репортаж вместил и взволнованный гул голосов, и растерянные возгласы аудитории, а главное – внешне сдержанный, но полный глубокого внутреннего накала комментарий журналиста. Произошла переориентация в ходе события от репортажа к публицистическому комментарию (предопределенная внезапно раскрывшейся глубиной значимости происшедшего). Вместо обычной протокольной раздачи регалий с поздравлениями, пожатием рук и «выражением благодарности», на которую и ориентировалась редакция, посылая журналиста на задание, – решительный отказ художника от каких-либо торжеств и наград в дни нелегких испытаний, выпавших на долю народа. Именно это обстоятельство выделил как основное и счел необходимым донести до слушателей радиожурналист.

Но право на такой подход к освещению события надо завоевать, и его дает не только мастерство, но и такие факторы, как известность журналиста, его узнаваемость аудиторией, доверие к нему. Все это достигается годами практики.

Иногда события, свидетелем которых оказывается радиожурналист, могут принимать трагический оборот, требуя от него не только профессионализма, но и огромного

морального и психического напряжения. Известен, например, случаи, когда во время футбольного репортажа рухнула часть трибун стадиона. Спортивный репортер счел своим долгом в коротком комментарии с горечью сообщить о происходящей на его глазах беде. Правильно ли он поступил? Может быть, отставив микрофон, ему следовало броситься на помощь в самую гущу человеческой трагедии? Думается, нет, ибо человеческим и профессиональным долгом журналиста было донесение до широкой аудитории этой трагической информации, с тем чтобы подобное не могло повториться.

В этой верности законам профессии и методам их осуществления и состоит профессионализм журналиста.

Не всегда на событие редакция посылает «специалиста по данной теме». Порой корреспонденту «достается» прямой эфир, несмотря на то что материал совсем «не по его профилю». В этом случае репортеру приходится в большей степени опираться на мнения авторитетных людей, присутствующих на событии, особенно если оно неоднозначно и необходимо ознакомиться с различными оценками происходящего. Для этого существует множество вариантов. Так, в спортивном репортаже есть смысл пригласить к микрофону, например, только что прошедшего дистанцию спортсмена для совместного комментария. Такой помощник, конечно же, лучше разбирается в своем виде спорта, кроме того, его «непрофессиональный голос» прекрасно передаст еще не остывший азарт борьбы и станет дополнительной краской в звуковой картине события. Нельзя только забывать, что специфика радио требует ограничения количества приглашаемых к микрофону: их должно быть не больше двух или трех, особенно если все они участвуют в разговоре одновременно. Во многом это ограничение связано не только со спецификой восприятия звукового материала по радио, но и с этическими проблемами: этика ведения передачи требует предоставления хотя бы приблизительно равного отрезка времени для всех приглашенных участвовать в беседе.

В одной из передач, в которой неопытный журналист собрал около десяти участников, одному из них удалось лишь произнести: «О да, конечно...» А это был главный редактор крупнейшей центральной газеты, человек знающий, интересно размышляющий и блистательно формулирующий свои мысли.

Прямая передача с места события предусматривает ситуацию открытого разговора с аудиторией и, конечно же, не допускает читку заранее заготовленного текста. Фальшь особенно заметна, когда текст написан в демонстративно «литературном» или, напротив, в нарочито «разговорном» тоне. Любая нарочитость, любой сознательный уход от естественной речи, присущей журналисту (к которой постепенно привыкает и аудитория, знающая его), всегда разрушают единую интонацию программы, а следовательно, и подрывают доверие слушателей.

Великое достоинство прямого эфира как раз в том и заключается, что он предоставляет человеку у микрофона максимальные возможности для самовыражения – и интеллектуального, и чувственного. Найти «свой тон» в любом рассказе, в любой передаче – это высшее выражение профессионального мастерства, творческой состоятельности и независимости корреспондента, возможность демонстрации самых разнообразных свойств характера журналиста и его дарований. Но, конечно, прямой эфир – это каждый раз и своеобразный экзамен для журналиста, причем часто самый неожиданный, почти за границами его чисто профессиональных обязанностей. Но тем не менее...

На радиостанции «Эхо Москвы» шла популярная передача об истории одного из самых известных московских театров. Заранее были подготовлены и введены в компьютер

фрагменты из разных спектаклей, монологи знаменитых актеров, т.е. все то, что придает подобной программе достоверность и убедительность. И журналист, комментировавший эти архивные записи, и постоянные ведущие эфира работали слаженно, четко и уверенно, так как были «полностью в материале». До конца передачи оставалось около пяти минут, которые должны были быть заняты монологом известного артиста из одной в прошлом популярной пьесы.

Закончив свое выступление, журналист объявил монолог и облегченно откинулся на спинку кресла. Но, подняв глаза, он увидел ужас на лицах ведущих и звукорежиссера: фрагмент спектакля, в котором была сконцентрирована и основная идея передачи, и ее эмоциональный акцент, в компьютере отсутствовал. А ведь монолог уже был объявлен и охарактеризован как смысловая и интонационная кульминация всего рассказа, в эфир проскочила даже реплика звукорежиссера: «Ой, попробуем найти...»

Секундная пауза и... журналист начал пересказывать этот монолог: сначала своими словами, потом все ближе и ближе к авторскому тексту, а затем приближаясь и к интонации, манере чтения известного актера, исполнявшего монолог на сцене знаменитого театра. Это не было ни копированием, ни имитацией, ни тем более пародией – журналист хорошо знал манеру общения этого замечательного артиста с публикой и старался передать ее своим голосом.

Заметим, что этот журналист никогда не учился профессии актера и таковым не был. Выручили знание предмета, многолетнее личное знакомство с артистом и драматургом и, конечно же, интуиция, толкнувшая на этот почти безрассудный поступок. Но он рискнул – и выиграл.

После программы было много звонков на «Эхо Москвы», большинство слушателей благодарили за интересное и неожиданное решение финала передачи.

Разумеется, эта ситуация нетипична, и она потребовала от корреспондента не только быстроты реакции, знаний, навыков, мастерства, но и решительности.

Работа радиожурналиста в экстремальных условиях

Боевые действия, извержения вулканов, наводнения, снежные завалы, пожары, транспортные катастрофы, криминал – все это экстремальные ситуации.

Среди непрофессионалов бытует мнение, что радиожурналисты оказываются в более благополучном положении по сравнению с телерепортерами, которым, чтобы показать событие, надо находиться в самой его гуще. Радиожурналист, как это кажется, может записать свой репортаж в относительно спокойных условиях, для достоверности приукрасив его соответствующим шумовым оформлением. Но это мнение ошибочно. Слушатель неизбежно почувствует фальшь, ибо искренний тон репортажа, волнение ведущего, наконец, эмоциональное состояние настоящих участников событий и реальный звуковой фон подделать невозможно. Да этого и не стоит делать, и не только по этическим соображениям. Журналист не создает и даже не воссоздает событие, он освещает его, включая аудиторию в происходящее. А если учесть, что все экстремальные ситуации связаны с человеческой трагедией, то, как можно здесь опускаться до сколь угодно мастерски подделанных уловок и фальсификаций?

Самой страшной и трагической для журналиста является военная тематика. И то, что в современном мире речь идет о локальных военных конфликтах, ничего не меняет: во всех «горячих точках» гибнут люди, а каждая оборванная жизнь неповторима и невосполнима. К смерти, боли, крови привыкнуть невозможно. А потому при освещении боевых действий не может быть и спокойного, беспристрастного повествования. Чтобы рассказать о человеческой беде, ее надо глубоко прочувствовать.

Но это отнюдь не оправдывает бездумную храбрость журналистов, игнорирование ими разумных требований и предостережений со стороны офицеров пресс-службы той или иной воинской части. Корреспондент не имеет права рисковать собственной жизнью, увеличивать список жертв военного конфликта. К сожалению, слишком велик мартиролог имен военных корреспондентов, погибших или ставших заложниками при выполнении служебных обязанностей в «горячих точках» планеты.

Следует помнить и такое незыблемое правило: находясь в зоне боевых действий, никогда, ни при каких условиях журналист не должен брать в руки оружие! Его оружие – микрофон, камера, карандаш и бумага. Известен случай, когда во время югославского конфликта репортер взял себе на память чеку от гранаты – при обыске на контрольно-пропускном пункте это едва не стоило жизни легкомысленному любителю нестандартных сувениров. (Разумеется, во время Великой Отечественной войны ситуация была иной, и наши журналисты воевали иногда и с пулеметом.)

Работая в «горячих точках», нельзя забывать и о более прозаических вещах: в наше время подавляющее большинство конфликтов происходит на почве этнических и религиозных проблем. Способ их освещения всегда вызывает повышенный интерес, рождает множество вопросов. Мировая практика радиожурналистики знает четыре подхода к проблеме освещения межнациональных конфликтов.

Конфликт можно вообще не освещать, тогда он сам по себе погаснет. Такой подход к «освещению» борьбы Ирландской Республиканской Армии избрала английский премьер-министр Маргарет Тэтчер. Так же пыталось поступать российское правительство в начале чеченской войны.

Но ведь нельзя заставить прессу не сообщать о террористических актах, о захвате заложников. Однако в этом случае происходит мобилизация общественного мнения против одной из противоборствующих сторон. Этот второй способ освещения межнационального конфликта нельзя считать приемлемым.

Третий подход предполагает присутствие в эфире двух (или более) конфликтующих сторон, но здесь таится опасность, что обладающая властью сторона будет представлена как «более правая». (Впрочем, мы знаем и другой пример: цензурные рогатки со стороны командования российской армии во время чеченской войны привели к тому, что, по крайней мере, вначале вся российская пресса вольно или невольно выступала с «прочеченских позиций».)

Четвертый подход ориентирован на создание ясной и сбалансированной картины «локального конфликта», анализ его истоков и поиск возможных путей разрешения. Это самый трудный путь, требующий предельной объективности и высокого профессионального мастерства.

Нередко можно слышать, что тот или иной конфликт застал общество врасплох. Но, скорее всего, пресса просто не заметила ситуации, при которой одна часть общества (как

правило, национальное меньшинство) вступила в противоречие с другой. Опережающее освещение проблемы, возможно, помогло бы разрешить ее в рамках закона.

Циничным можно назвать мнение, согласно которому любой конфликт, в конце концов, все равно будет забыт или вытеснен с газетных полос и из радиопрограмм другим конфликтом. Журналист не имеет права привыкать к тому, что несет людям горе, не имеет права сообщать об этом как об обыденном явлении нашей жизни.

При освещении конфликтов следует очень внимательно относиться к каждому слову, к каждому определению. Американские журналисты никогда не скажут «черный» (эвфемизм: «темнокожий»), в российской же прессе где надо и не надо поминали в годы чеченской войны «лиц кавказской национальности».

На всех радиостанциях существует твердое правило: к освещению боевых действий, этнических и религиозных конфликтов следует привлекать специально подготовленных журналистов. А вот освещать чрезвычайные происшествия могут практически все штатные и внештатные сотрудники.

Запланировать ЧП и заблаговременно послать к месту происшествия репортеров невозможно. Получив сообщение о пожаре, о взрыве бомбы или захвате заложников, журналист должен, прежде всего, как можно быстрее добраться до места происшествия. Если потребуется репортаж в прямом эфире, станция должна выделить радиоавтомобиль и договориться о пропуске и разрешении на парковку вблизи события. Это очень важный момент: на редакционных летучках не раз приходилось слышать жалобы репортеров на то, что водитель отказался остановить автомобиль в неположенном месте, под запрещающим знаком, а в результате эфирный материал получился неполноценным. Водителя можно понять, но проблема-то эта решаемая при своевременном контакте с дорожной полицией.

Репортеру важно знать, когда и какого рода материал от него ждут в редакции. Самый эффектный звуковой фрагмент теряет свою ценность, если опаздывает ко времени выхода в эфир. Поэтому необходимо постоянно находиться на связи с выпускающим редактором. При отсутствии телефонной связи редакция передает необходимые указания на пейджер репортера.

Прибыв на место происшествия, репортеру необходимо оценить обстановку и сразу же вступить в контакт с присутствующими здесь представителями правоохранительных органов (во время продолжительных ЧП – пожаров, захвата заложников и т.п. – на месте происшествия всегда находятся офицеры пресс-служб пожарной охраны, МВД, ФСБ). Если передача не идет в прямой эфир, надо наговорить и записать на портативный магнитофон свои первые впечатления, затем записать звуковой фон, который в дальнейшем можно будет наложить на дикторский текст. Эта запись должна занять не более 2 минут, но ее можно продлить, если слышатся взрывы, вой сирен и другие характерные шумы.

В толпе любопытных следует попытаться найти свидетелей происшествия, которые могли бы рассказать о нем. Имя и фамилию очевидца надлежит занести в блокнот. Однако, прежде чем использовать в передаче запись свидетелей, необходимо проверить достоверность сказанного. Всегда надо помнить слова: «Никто так не ошибается, как очевидцы», не следует забывать и то, что происходит это не всегда по злому умыслу.

Журналист не должен мешать аварийным службам делать свое важное дело, злоупотреблять «убийственным» на первый взгляд аргументом: «Вы выполняете свои

обязанности, а я свои!» Надо попытаться расспросить о происшедшем пожарного или милиционера, не занятого в этот момент работой.

Полезно общение с другими репортерами, освещающими это же событие, обмен с коллегами официальной информацией, что позволит всем СМИ представить обстоятельства дела одинаково. Но если журналист обладает эксклюзивной информацией – это его удача и делиться этой информацией необязательно.

Хорошо, если радиослушатели услышат первый репортаж о событии, как только репортер окажется на месте драматической ситуации. Для этого можно воспользоваться мобильным телефоном, правда, отечественная телефонная связь такова, что переданные таким образом материалы на профессиональном жаргоне вполне справедливо называют «хрипушками». Значительно лучшее качество звука обеспечит специальный радиоавтомобиль с УКВ-передатчиком.

Если происходит что-то очень важное, передача информации или запись репортажа на пленку идет экспромтом.

Если рассказ о событии включают в прямой эфир, надо внимательно вслушиваться в вопросы, которые задает репортеру ведущий из студии. В ответах не стоит домысливать, фантазировать – честный ответ всегда лучше.

Возвратившись в редакцию, журналист должен собрать записи всех своих сообщений с места происшествия. Если речь идет о заслуживающем внимания событии, понадобится подготовить еще один или несколько материалов, которые должны существенно отличаться от предыдущих и по уровню осмысления, и по чистоте обработки. Чтобы отобрать наиболее интересные звуковые фрагменты, необходимо прослушать все записи. И только после этого можно написать сценарий, смонтировать «пакет», включив в него собственный текст. Не следует использовать фрагменты, которые могут устареть ко времени выхода передачи в эфир. Чем больше радиослушатель ощущает себя участником события, тем лучше.

Сообщив аудитории важную новость, журналист по возможности должен держать слушателя в курсе дальнейшего развития событий.

Репортер на событии: подготовка к передаче в записи

Творческие принципы, профессиональные приемы и репортерские навыки, которые обусловливают успешную работу радиожурналиста в прямом эфире, в основной своей массе перспективны и плодотворны и в том случае, когда журналист оказывается на событии не для того, чтобы синхронно с происходящим рассказывать о нем в эфире, но и тогда, когда в его задачу входит лишь подготовка к этому рассказу в звукозаписи. Иначе говоря, когда основная работа над передачей не заканчивается, а начинается после завершения реального события.

Большинство законов и закономерностей прямого эфира действуют и при подготовке радиопрограммы в записи на пленку или на какой-либо другой носитель информации: тщательность подготовки, умение сориентироваться, определить смысловые и эмоциональные акценты, верно выбрать ритм и темп рассказа здесь столь же важны, как и при работе в прямом эфире. Говоря о необходимости на радио постоянно поддерживать интерес к потоку звучащей речи от первой до последней фразы, надо учитывать то

обстоятельство, что, по сведениям психологов, через две с небольшим минуты после начала программы у слушателя часто наступает определенный спад внимания. Поэтому, готовя материал в записи, надо наметить своеобразные «пики» интереса на протяжении всей передачи. Приемы здесь могут быть самые различные: включение интересной музыкальной записи, песни, шутки, точно и к месту отобранной акустической картинки. Известно, что звук в гораздо большей степени действует на фантазию человека, чем, скажем, видовой ряд. Обратимся к примеру.

Журналист вместе с альпинистами поднимается на вершину горы. На пути – пропасть. Можно долго и красочно описывать ее пугающую бездонность, но корреспондент принимает иное решение: он «сбрасывает» вниз камень. Долгая пауза, затем слышно, как из глубины поднимается эхо от удара камня о дно ущелья...

Авторы часто пытаются имитировать реальное время «прямого эфира». Заметим, что делается это порой весьма неуклюже. Столь часто слышимые слова ведущего или диктора «Слушайте записанный на пленку репортаж нашего корреспондента» неизбежно снижают эмоциональную ценность передачи, а значит, и степень ее эффекта. Они переносят вас в прошедшее время: событие уже завершилось – сейчас будет лишь его отпечаток. Этого спада интереса можно было бы избежать, убрав ненужные слова «записанный на пленку» или в крайнем случае поставив следующую вводку диктора в конце выпуска: «Вы слушали репортаж нашего корреспондента...», тем более что это довольно несложный способ соблюдения важнейшего (хотя и не единственного) правила вещания: «радио – это то, что сейчас».

Созданию эффекта «реального времени», например, в студийном репортаже во многом способствует и то, что характер подготовки к репортажам в прямом эфире и в записи, приемы и методы ориентации на событии, выбор акцентов для рассказа, способ отбора необходимых деталей, как мы уже говорили, во многом схожи. Но от эфирного репортажа студийный отличает то, что текст, соединяющий документальные записи, наговаривается уже в студии. Репортер на месте события делает необходимые «звуковые слепки» происходящего, отбирая самые интересные, яркие и характерные, и иллюстрирует ими свое повествование.

Очень часто журналист хотя и не имеет возможности прямого выхода в эфир, наговаривает на пленку свои впечатления непосредственно на месте события в момент его совершения. Такой репортаж близок к прямому, в студии и в монтажной он подвергается минимальной обработке. Но дело, конечно, далеко не только в этом.

Предлагаемый ниже репортаж с военно-морского праздника по некоторым причинам не удалось передать в прямом эфире, но редактор и автор стремились максимально сохранить его «сиюминутность»:

Ведущий. В этом году Российский флот отмечает свое 300-летие. Сегодня в Лефортовском парке проходит военно-морской праздник, посвященный этому событию. Слушайте репортаж нашего корреспондента.

(Звуки праздника.)

Корреспондент. Праздник начался пальбой из пушек. «Пушки с пристани палят, кораблю пристать велят...» И корабль с Петром Первым и Лефортом на борту,

действительно, появился. Но до того, как Петр с Лефортом сойдут на берег, на водной глади идет настоящее морское сражение.

(Звуковая картина – морская битва.)

Корреспондент. После схватки, из которой команда Петра вышла победителем, основатель Российского флота поздравил всех собравшихся с его 300-летием. К поздравлениям присоединились настоятель храма Петра и Павла в Лефортове протоиерей отец Василий, почетные гости – офицеры и адмиралы флота, ветераны морских сражений. А потом на сцену выходят артисты московских театров, фольклорные ансамбли, выступают танцевальные коллективы. Ибо что за праздник флота без знаменитого «Яблочка»?

(Звуковая картина – фрагмент мелодии «Яблочко», аплодисменты, шум толпы.)

Корреспондент. На других площадках парка происходят не менее захватывающие представления. Конкурс морских вралей, морские потехи, конкурс песен, соревнования команд юных моряков...

Исполнитель роли Петра Первого. Спасибо, дорогие москвичи! Подумать только, как бежит время. 300 лет Российскому флоту!.. Он прошел большой путь от маленького ботика на Яузе до грозного властелина морей, овеянного немеркнущей славой морских побед. Народ радуется, счастлив, поздравляет меня и говорит: «Слушайте, как здорово!» Поздравляю всех москвичей с праздником, с 300-летием Российского флота!

Предлагаемый отрывок студийного репортажа очень схож с передачей прямого эфира, но их разъединяет нечто весьма существенное, а именно характер контакта с аудиторией. В записи этот контакт всегда в значительной степени опосредован, даже если в точности повторяет свой эфирный вариант. Остановимся на этом подробнее.

Принципиальные отличия прямого эфира и передачи в записи возникают прежде всего из различия стоящих перед ними задач. Главное в прямом эфире – передать ход и атмосферу события с максимальной близостью к реалиям. При подготовке к передаче в записи эта цель не исчезает, но появляется еще одна: журналист должен более глубоко проанализировать суть и значимость события, более четко обозначить его масштабность, а для этого непременно расширить круг ассоциаций события. Иначе замена прямого эфира передачей в записи бессмысленна, она становится лишь обеспечением цензуры, которая может «проверить» будущую программу заранее, или чисто формальным техническим способом упрощения труда программных редакторов и ведущих радиоканала.

Именно передача в записи позволяет выявить в локальном, частном событии или факте традиции и тенденции, оказывающие определяющее влияние на жизнь всего общества и отдельных его членов.

В одном из московских клубов собрались ветераны Великой Отечественной войны, чтобы отметить день рождения своего полка. Все было как обычно: духовой оркестр, приветствие школьников, воспоминания из фронтовой жизни, речь молодого солдата и представителя военкомата, вручавшего ветеранам награды, которые нашли своих хозяев спустя 53 года после победы. «Мероприятие» достаточно традиционное, привычное и, скажем прямо, скучноватое. В лучшем случае оно заслуживало нескольких слов в обзоре новостей и, может быть, 20–30 секунд прямого эфира.

Но молодой журналист выбрал другой путь. Он записал все, что удалось, на пленку – прямо в этом маленьком домоуправ-ленческом клубе, а потом в монтажной включил в передачу самые разнообразные звуковые материалы. И сделал он это, не поддавшись фантазии, а опираясь на важные исторические факты. Полк был сформирован 23 июня и на фронт отправился с Белорусского вокзала в тот же день. С нашими войсками отступал до Москвы, затем от нашей столицы дошел до стен столицы гитлеровского фашизма, пройдя через Сталинградскую битву, Курскую дугу, освобождение Вены...

Обо всем этом говорили на встрече ветеранов довольно сухо. Журналист взял в архиве пленки, которые сохранили подлинный аромат давних событий – митинг у Белорусского вокзала 23 июня, репортаж о пленении фельдмаршала Паулюса, крошечную (пять секунд) пленку, записанную в атакующем танке, духовой оркестр на улицах Вены и голос маршала Жукова, предлагающего в Карлхорсте немецкой делегации подписать акт о капитуляции.

Вся программа заняла в эфире немногим более минуты: в самом деле, что за событие – ну, в очередной раз собрались ветераны. Но за их словами возникла масштабная картина великой войны, проявились отзвуки события, которое было главным для человечества в течение всего XX века.

Если разбирать этот пример с точки зрения журналистской технологии, то очевидным станет следующее. Конечно, журналист заранее придумал сюжет и форму своей передачи о встрече ветеранов и, находясь непосредственно в клубе, искал те сюжетные точки, от которых ему было бы удобно отталкиваться, вводя в ткань репортажа звуковые документы совершенно иного исторического и политического масштаба.

Во-вторых, он создавал как бы два временных потока внутри своего рассказа: движение реального времени конкретного мероприятия в клубе постоянно пересекалось с движением времени истории. В-третьих, сопоставляя масштаб юбилейного мероприятия с поводом, который его вызвал, т.е. с гигантским событием планетарного значения, журналист предлагал аудитории задуматься и почувствовать не обыденность, а высочайший социальный накал всей этой истории.

И, в-четвертых, что немаловажно, «исторические» пленки из архива неожиданно придали передаче публицистичность и лиричность.

Работа на запись позволяет не просто «остановить» событие, но и частично повторить его. Репортеру вовсе не возбраняется, записав полностью какое-нибудь не слишком удачное выступление, в котором он заметил интересную мысль или требующий внимания факт, попросить выступавшего (в перерыве, в конце или сразу же – в зависимости от обстоятельств) повторить ее, но уже более собранно и четко.

Разумеется, не стоит устраивать таких повторов, как это любят делать плохие фотографы: «Поцелуйтесь еще раз», «Пожмите еще раз руки», «Сделайте вид, что вы только что встретились», – ничего не надо имитировать. Эмоции неповторяемы. А вот слова и действия, которые зафиксированы документальными шумами (запуск мотора, пуск воды в шлюз и т.д.), можно и продублировать.

В связи с этим полезно обратить внимание и на особенности беседы (интервью) с участниками события, которая в дальнейшем может стать основой передачи. Большинство вопросов общие как для заранее подготовленных на пленке передач, так и для программ

прямого эфира. Ведя разговор, журналист обязан помнить, что его вопросы должны быть четко сформулированы и предельно конкретны. Лишь в этом случае можно рассчитывать на такой же конкретный ответ. (В репортаже, о котором рассказано выше, таким вопросом стала следующая реплика журналиста: «Вы ведь живете в одном здании с райвоенкоматом? Выходит, Ваш орден Красной Звезды пролежал десять лет на первом этаже Вашего дома?»)

Очень часто неопытный ведущий «исчезает» из беседы на длительное время. Это приводит к тому, что слушатель забывает о нем. Если нецелесообразно прерывать собеседника, то напоминание о себе в виде коротких реплик типа «да, конечно» или даже простое покашливание вполне прояснит для аудитории ситуацию.

Никогда не следует жаловаться интервьюируемому на нехватку времени. Возможно, наиболее часто повторяемая фраза на радио (да и на телевидении) это: «К сожалению, у нас осталась минута, и придется завершить нашу беседу». Между тем организация эфирного времени – дело самого журналиста.

Если журналист ведет беседу сразу с несколькими людьми (что у микрофона надо делать крайне осторожно), он обязан распределить время выступления каждого хотя бы приблизительно поровну, иначе у слушателя может создаться впечатление, что одному из участников передачи отдано предпочтение.

Взаимоотношения репортера и его собеседника могут быть достаточно сложными, но это ни в коей мере не должно отражаться на общем спокойном и вежливом тоне, только подчеркивающем бестактность оппонента, если, конечно, он ее допустит. И, безусловно, журналист просто обязан задать тот самый главный вопрос, на который рассчитывал его собеседник, соглашаясь на разговор у микрофона.

Как сказано в «Руководстве для создателей передач Би-би-си», «участники передачи не должны сомневаться в том, что к ним отнесутся честно. У них не должно оставаться чувства, что их ввели в заблуждение, обманули или представили в невыгодном свете до, во время или после передачи, будь они общественно-политическими деятелями или рядовыми гражданами».

Принципиальное отличие этих бесед от разговора в прямом эфире – напоминаем еще раз – в том, что в первом случае у журналиста есть право, а иногда и обязанность повторить неудачный фрагмент разговора, конечно, тактично и корректно попросив об этом собеседника. Иногда в свое оправдание можно сослаться на отказ техники (правда, обычно это вызывает раздражение, поэтому лучше, если журналист открыто скажет, что именно его не устраивает в той части беседы, которую он просит повторить).

Еще одно немаловажное отличие работы «на запись» от прямого эфира заключается в более жестких требованиях к техническому качеству: то, что естественно и простительно в прямом репортаже, предстает как небрежность, а то и чистый брак в передаче, подготовленной в студии.

Техническая сторона записи беседы только на первый взгляд кажется достаточно простой: поставил микрофон, включил свой «Репортер» или «Sony»...

Прежде всего, журналист должен приложить все старания, чтобы его аппаратура не смущала собеседника. Это хотя и непросто, но вполне достижимо. И главное, чтобы сам журналист у микрофона держался свободно и естественно.

Для этого существует ряд чисто технических «секретов»: не крутить микрофон в руке, так как в речь говорящего впишутся шорох и щелчки; не держать на одной плоскости аппарат и микрофон (может записаться шум лентопротяжного механизма); если в магнитофоне нет автоматического регулятора уровня звука, попросить собеседника держаться на определенном расстоянии от микрофона и не отворачиваться в сторону...

Но вот, кажется, все в порядке: запись прошла удачно, интересно, естественно. Репортер возвращается в редакцию и... обнаруживает на кассете сплошной гул. Как поступить в этом случае, особенно если передача должна идти, что называется, «с колес», в ближайшие часы? Здесь надо обратиться к своим записям в блокноте, к своей памяти и идти в студию записываться самому. Но что же произошло с записью? Есть такое неприятное для радиожурналиста слово – «наводка». Она проявляет себя обычно в помещениях, перенасыщенных электронной аппаратурой, высокочастотной проводкой и т.п. И в том, что произошло, виноват прежде всего сам корреспондент. Необходимо было справиться, нет ли такой аппаратуры в этом помещении. Кроме того, во время беседы обязательно необходимо прослушивать запись (по ходу разговора) хотя бы время от времени и непременно – в конце встречи.

Очень часто журналист не может устоять перед искушением записать собеседника в рабочей обстановке. Тут главное не переусердствовать. При всей важности и живописности звуковых картин они не должны «зашумливать» (слово из профессионального лексикона) человеческую речь. Лучше найти спокойное и достаточно тихое место для разговора.

Обязательное для журналиста правило, не имеющее исключений, состоит в том, что, присутствуя на любом событии, он обязан записать впрок все услышанные им звуки: шумы, свойственные данному предприятию, учебному заведению, транспортному средству и т.п.; реакцию людей, пришедших на выступление ораторов или артистов; шум города за окнами; гул компьютерных дисплеев; перезвон напольных часов в музее или в кабинете героя репортажа; звук льющейся с плотины воды; комариный писк на закате... Словом, журналист должен принести в монтажную все звуки, которые уловили его ухо и микрофон, пока он общался с людьми – героями его рассказа.

Это очень важное условие, его выполнение позволит сохранить атмосферу события, которое не идет прямо в эфир, а «консервируется» на пленке.

И, кроме того, подчеркнем особо, следует обязательно записать... «тишину», вернее, акустику данного помещения (она везде разная). Иногда уже на стадии монтажа передачи возникает потребность (часто помимо воли журналиста) записать какие-либо вопросы или какой-то дополнительный материал; делать это надо на фоне звуков, записанных на месте, в противном случае слова корреспондента, особенно занесенные на пленку, будут звучать ненатурально.

Популярный комментатор одной московской радиостанции, человек достаточно квалифицированный, довольно долго и старательно готовился к передаче о вручении национальной театральной премии «Золотая маска» лауреатам, среди которых были и широко известные актеры, и театральные мастера, еще не получившие славы.

По ряду обстоятельств, от него не зависящих, журналисту лишь за несколько часов до передачи стало известно, что репортаж пойдет в эфир не из Московского Художественного театра, где проходила в тот год церемония «Золотой маски», а из студии, со сдвигом на несколько часов. В руках у него было множество материалов: и биографии

номинантов, и состав жюри, и описание спектаклей с заранее записанными фрагментами некоторых из них. И даже... составленный по слухам список победителей.

И журналист уверенно отправился на церемонию. Прогнозы частично оправдались: они исходили от очень компетентных людей, хорошо знавших ситуацию. Но только частично, было много и неизвестных ему имен. Вот эти-то имена и поставили его в трудное положение, когда после церемонии он вернулся в студию. Дело в том, что журналист успел записать на пленку только фамилии участников церемонии, решив имена взять из буклета.

Но «воздух» студии настолько отличался от «воздуха» зала Московского Художественного театра, что фальшь чувствовалась мгновенно. Можно было бы обойтись и без имен, но это не только было проявлением откровенного неуважения к лауреатам, но и било по профессиональному престижу журналиста. Передачу пришлось перенести на следующий день: нужно было записать в театре «тишину», наложить на нее «фоновую запись» церемонии и только после этого внести на пленку необходимые дополнения.

Монтаж, о котором мы подробно рассказывали в третьей главе, предоставляет журналисту по ходу работы очень широкие творческие возможности, вплоть до перемены жанра. Грамотная работа на событии, его качественная звукозапись, широкий круг ассоциаций, возникающих при этом у корреспондента, дают ему основание при прослушивании исходного материала в монтажной как бы по-новому увидеть событие и выбрать наиболее подходящий для него жанр.

Часто журналист, отправляясь на задание, рассчитывает сделать репортаж или несложный звуковой отчет. Однако звуковое богатство, привезенное им в студию, оказывается столь значительным и разнообразным, что, по зрелому размышлению, он выстраивает материал в значительно более трудоемких формах: в жанре радиоочерка, документальной радиокомпозиции или короткого радиообозрения. Причина тому – качество звукового материала, ощущение его масштабности, социальной, психологической и художественной значимости.

Или, скажем, радиожурналиста послали на научную конференцию, посвященную 50-летнему юбилею Государственного института искусствознания – крупнейшего научного центра нашей страны, в котором последние полвека верой и правдой трудились многие отечественные мастера культуры: кинорежиссер Сергей Эйзенштейн, шекспировед Александр Аникст, музыковед Георгий Келдыш, историк архитектуры Алексей Комеч и многие другие. Он вернулся с большим количеством пленки, запечатлевшей и занимательные искусствоведческие байки, и драматические истории о судьбе многих художественных открытий, и трагические рассказы о гибели выдающихся художников, музыкантов и артистов в эпоху сталинской тирании, и сенсационные научные открытия, раскрывающие тайны отечественной истории...

Можно было уложить все это в одну интересную программу репортажного характера. Но журналист посоветовался с коллегами и после нескольких дней кропотливого труда в аппаратной выпустил в эфир цикл небольших передач об истории отечественного искусства, объединенных сюжетно самим фактом юбилея.

Работа с режиссером

Специфика работы над передачей как в прямом эфире, так и в условиях ее предварительной звукозаписи включает обязательное сотрудничество журналиста и радиорежиссера в любом направлении вещания, а более всего в радиопублицистике, где журналист вместе с режиссером добиваются наиболее выразительного смыслового и эмоционального звучания передачи, будь то информационный выпуск, интервью, дискуссия, ток-шоу, музыкальная программа и т.п.

Следует помнить непреложную истину, что радиожурналист выступает не только как автор своей передачи, но и как ее исполнитель, и как ведущий программы, а следовательно, он должен владеть в определенной степени основами актерского мастерства, пониманием и знанием особенностей работы режиссера на радио, обладать режиссерскими навыками. Это поможет ему в повседневной работе, ибо нередки случаи, когда корреспондент выступает как «сам себе режиссер».

Коммерческое вещание на ранней стадии профессиональных режиссеров не использовало. Должный технический уровень записи и воспроизведения, необходимые музыкальные наложения обеспечивали звукорежиссеры. Журналисты в меру своего профессионализма, понимания специфики канала и выразительных средств радиожурналистики сами выстраивали свою передачу, программу или программный блок, придавая им определенный стиль. Однако отсутствие радиорежиссера очень быстро стало сказываться на качестве вещания.

Эта болезнь роста на ряде станций была преодолена довольно быстро, хотя и не везде. Но тенденция определилась.

Один из выдающихся мастеров отечественного театра, В. И. Немирович-Данченко, так сформулировал принципы режиссуры вообще:

«Режиссер – существо трехликое:

1) режиссер-толкователь, он же показывающий, как играть, так что его можно назвать режиссером-актером или режиссером-педагогом,

2) режиссер – зеркало, отражающее индивидуальные качества актера, и

3) режиссер – организатор всего спектакля».

Применительно к радио режиссеру вменяется в обязанность еще одна функция: он (как в кинематографе) диспетчер, контролер выразительных средств, используемых актером. Искусство радио (как и кино) в отличие от театра – искусство фиксированное. В кинематографе талант актера проявляется в конце концов в той мере, в какой позволяет ему это монтаж. На радио же степень проявления таланта актера зависит от профильтрованной режиссером (в соответствии с общим замыслом) звуковой характеристики образа.

Отсюда и специфика дарования режиссера радио: абсолютный слух, причем, как его называют физиологи, слух аналитический, т.е. способность не просто запоминать голоса и шумы, но анализировать их и собирать в новые сочетания, создавая единую тональность из нескольких составляющих. Выбор тона разговора со слушателем и выражает индивидуальность режиссера радио.

Режиссер информационного и публицистического вещания работает не с актерами, а с радиожурналистами – авторами, которые одновременно являются исполнителями своих

передач, и с гостями передачи – людьми, нередко впервые пришедшими в студию. Но принципы, методы и приемы, разработанные мастерами художественного вещания, оказываются полезными и здесь.

При этом очень важно, чтобы режиссер радио видел целостную картину не только «своей» конкретной передачи, но и всей программы, канала, четко представлял бы себе специфику данной радиостанции. Тогда передачи, создаваемые им в творческом сотрудничестве с автором (журналистом), исполнителями, звукорежиссером, музыкальным редактором, продюсером, будут, с одной стороны, яркими самостоятельными работами, с другой – неотъемлемым элементом программы данного канала, органичной составной частью того звукового образа, который сложился у станции (в зависимости от тематики, направленности, адресности, формата передач и т.п.).

«Чувство композиции», о котором говорил и писал известный русский актер и режиссер А.Д. Попов, – качество, необходимое как радиорежиссеру, так и радиожурналисту. Иными словами, предварительные записи участников события – участников передачи надо скомпоновать таким образом, чтобы они сложились в органичную эстетическую форму. Исходить в работе надо из того, что любой материал – от информационного блока до сложного репортажа, радиорассказа или «канала» – требует построения по одним и тем же драматургическим законам, а именно: заявка темы, зачин, непрерывное логическое развитие, кульминация, развязка, вывод, который напрашивается сам или делается автором. В этой схеме возможна, конечно, перестановка отдельных фрагментов, конфликтное, контрастное по характеру столкновение эпизодов, но не в ущерб достоверности материала.

Режиссер и журналист не должны ощущать себя механическими исполнителями какого-то заказа или чьей-либо заявки. Они должны быть творцами, обладать мужеством, высокими моральными устоями, высокой культурой и хорошим вкусом. Эти качества позволят и радиожурналисту, и радиорежиссеру обрести свою индивидуальность и стать заметной фигурой в эфире.

Хороший режиссер, несмотря на то, что у него есть помощники (операторы, наладчики, тонмейстеры, т.е. звукорежиссеры), должен уметь все делать сам. Это дает ему свободу действий, способствует творческому процессу и экономит время, затраченное на всю работу, что немаловажно, особенно когда готовится передача непосредственно «под эфир».

Студийная аппаратная современных радиостанций оснащена телефонным «гибридом» на одну или более линий для проведения прямого эфира с участием радиослушателей, различными аудиоисточниками, в том числе и компьютерными, а также аппаратурой для воспроизведения в эфир готовых фонограмм.

Монтажная аппаратная предназначена для первичного монтажа и обработки различных радиопередач, реставрации фонограмм низкого качества.

Творческий процесс работы режиссера над передачей начинается с момента его ознакомления с текстом. В связи с оперативной обстановкой знакомство с текстом, как правило, происходит индивидуально. Идеально, конечно, было бы собрать всю творческую группу: автора, редактора, режиссера, музыкального редактора, звукорежиссера и исполнителей. И хотя в этом случае каждый может высказать свои пожелания, касающиеся музыкального оформления, изменений в тексте и т.п., но последнее слово всегда остается за режиссером (при условии, если он может доказать и обосновать свое мнение и если

обладает достаточно высоким авторитетом, чтобы вся творческая группа согласилась с ним и приступила к работе с хорошим настроением и уверенностью в успехе).

Необходимо отметить, что от профессионализма и организаторских способностей режиссера, его мудрости и такта зависит весь творческий процесс, а, в конечном счете – качество передачи. Удача сопутствует группе, если режиссер обладает реальными качествами лидера. Это в полной мере относится и к журналисту, который принимает на себя обязанности режиссера программы.

Микрофон – тонкий и очень капризный инструмент, требующий бережного отношения. Он «подпускает» к себе не всякого журналиста и диктует несколько правил:

1) микрофон не приемлет напряженного, резкого, в упор направленного на него звука;

2) выступающему необходимо научиться дышать беззвучно, выдыхая воздух мимо микрофона;

3) все звуки – скрип стола или стула, шорох передвигаемой бумаги, стук или звон украшений и др. – усиливаются микрофоном и поэтому недопустимы при записи;

4) все недостатки речи и голоса безжалостно подчеркиваются микрофоном и звучат особенно утрированно, мешая восприятию текста.

Первые три пункта преодолеваются более или менее быстро, но, чтобы голос приобрел свой тембр, приятный для слухового восприятия, приходится работать месяцы, а то и годы.

Но как быть, когда в студии непрофессионалы: ученые и врачи, композиторы и писатели, дети и очень пожилые люди, представители разных национальностей... Записывать и давать в эфир их выступления такими, как они звучат в жизни, практически невозможно – очень часто невольно случается издевательство над человеком. И здесь важен монтаж. Выступающего записывают несколько раз. Естественно, он ошибается, волнуется, бывает, что без нецензурных слов и фразы сказать не может (как это было, например, со знаменитым покорителем Северного полюса И.Д. Папаниным), иногда говорит сиплым голосом или еле слышно (как раненный в горло маршал Баграмян). И, тем не менее, слушать такие выступления намного интереснее, чем стерильно записанный текст в исполнении диктора или актера.

Материал разобран с журналистом и другими участниками передачи, проанализирован, обсуждены и оговорены все этапы и тонкости работы с оператором, который поставил на магнитофонные аппараты пленки или диски в том порядке и с того места, какие понадобятся режиссеру во время записи. Режиссер все сам проверил и прослушал: скорость записи пленки и скорость, на которой должна идти запись (музыку лучше начинать выводить из-под текста, поэтому надо, чтобы она выходила чуть раньше начала темы). Если записи фотодокументов недостаточно качественны (их могли создавать во внестудийных условиях, с помехами, низким или завышенным уровнем звучания), оператор и звукорежиссер могут откорректировать звучание и тем самым улучшить его качество. Оператор вместе с режиссером проверили звучание голосов из студии. Участники записи пересажены так, как это выгоднее и удобнее для создания ансамбля.

– Тишина в студии! – говорит режиссер в переговорник, строго, а для кого-то и ободряюще, а кого-то и, приструнив, – для всех и каждого – особый подход, тут нет правил, кроме соблюдения общей дисциплины, тут должен быть творческий контакт. – Внимание! Запись!..

Если решено записывать всю передачу сразу, текст идет из студии, наложением звучит музыка. Вот отзвучала целая песня или другое музыкальное произведение, а иногда заранее смонтированный режиссером «венок из песен» – композиция из разных музыкальных фрагментов. Автор передачи (журналист вместе с режиссером) должен строго рассчитать время звучания музыки, текста и иных фрагментов так, чтобы уложиться в хронометраж передачи.

Часто приходится переписывать программу по несколько раз, иногда часами, иногда перенося запись на следующий день: то выступающий гость бесконечно ошибался, то журналист охрип, то музыка «не легла» на текст. И все надо начинать сначала. Если же времени для исправления ошибок и бесконечных перезаписей больше нет, режиссер принимает решение: записать в студии только текст, т.е. сделать «текстовой негатив». После этого, отпустив участников записи, он вместе с оператором и звукорежиссером выполняет в монтажной всю ту работу, о которой мы говорили выше: наложение, чистка, корректировка уровня записи и т.д.

Все сказанное относится к передачам, которые записываются на пленку до эфира.

Работа режиссера прямого эфира – это несколько другое качество той же работы и другая степень напряжения. Прямой эфир накладывает на режиссера высокую ответственность именно потому, что он не имеет права делать ошибок. Эфирные передачи напоминают премьеры в театре и требуют от всех участников собранности, серьезной подготовки и достаточно большого опыта работы на радио. Все так же режиссер за пультом, всё так же в определенных местах «выводит в эфир» музыкальные «заставки» (секунда в секунду, по сигналу точного времени), но его работа значительно усложняется той обстановкой, которую называют оперативной.

Как правило, на эфир приглашают много выступающих. Эти люди, к сожалению, иногда опаздывают или совсем не приходят, что очень затрудняет работу: приходится срочно менять план передачи, музыку, тексты ведущих, выпускать в эфир незапланированные выступления. Конечно, тут без оператора, музыкального специалиста и помощника режиссера не обойтись, но в том-то и состоит задача режиссера, чтобы работа шла слаженно и не давала сбоев. А сбои могут быть самые разные: то не на ту кнопку нажал – отвлекли вопросом; ведущий говорит, а радио молчит... В таких случаях следует помнить, что между студией и аппаратной имеется связь не только через переговорник, но и с помощью наушников.

Бывает и так: перед эфиром все проверили, но в спешке поставили не ту фонограмму. Значит, надо срочно найти ей замену.

И тут мы подходим к методике работы журналиста, укоренившейся на отечественном радио только в 90-е годы, т.е. к творчеству у микрофона информационно-музыкальной радиостанции.

Ведущий информационно-музыкальной радиостанции

Информационно-музыкальные муниципальные и коммерческие станции правомерно разделить на два типа.

К первому мы относим станции принципиально нового для отечественного радиовещания характера, которые выдают в эфир только музыку и очень короткие, локальные выпуски новостей. В современной радиотерминологии такой тип вещания определяется как «локальные (коммерческие) информационно-музыкальные станции».

Наиболее популярные из них – «Европа Плюс», «Максимум», «Русское радио», «Хит-FM» и др. Например, сетка вещания одного дня «Европы Плюс» включает:

1) музыкальные эфиры ди-джеев (сменяют друг друга каждые три часа);

2) новости (5 минут в начале каждого часа);

3) авторские программы: «Автодром», «Европа Плюс – Спорт», «Компактные новости» (CD-новинки), «Светские новости», «Видеотека», «Вояж», «Московская панорама» (в течение дня от 5 минут до получаса);

4) обзор прессы «Пресс-дайджест» (часовая программа один раз в день);

5) программы по заявкам слушателей «Презент-телефон» (два раза в день: часовая – днем, двухчасовая – вечером);

6) эротическое шоу (с 0.00 до 6.00).

Ко второму типу относятся станции, которые по традиционной типологии и привычной терминологии мы могли бы назвать общественно-политическими. На этих станциях, среди которых наиболее известными в 90-е годы стали «Эхо Москвы», «Открытое радио – Романтика» и «Ракурс», за исключением тематических музыкальных передач (обычно это авторские программы), музыка существует в качестве фона, на котором выделяются новостные выпуски, разного рода комментарии, радиоигры и викторины, политические беседы, интервью и дискуссии. Такие радиостанции можно назвать «многопрофильными» информационно-музыкальными станциями. Вот как выглядела сетка одного вещательного дня на радиостанции «Эхо Москвы»:

1) политический комментарий два раза в день (5–10 минут утром и вечером с повтором через час после первого выхода в эфир);

2) в начале каждого часа информационная программа «Эхо» (4 минуты), выпуск новостей (каждые полчаса); также: новости экономики, новости европейской культуры и науки, европейские бизнес-новости и др. (в течение всего дня по несколько раз);

3) обзор прессы (утро), обзор завтрашних газет (вечер);

4) авторские немузыкальные программы: «Банковский вестник», «Во саду ли, в огороде» (советы садоводам и огородникам), «Арбатский АРС» (новости культуры и науки, еженедельные тематические альманахи, гости в прямом эфире), «Где бы вы ни были» (о мобильных средствах связи), «Дэнди-стайл» (программа о моде), «Мединфо» (программа о здоровье) и т.д.;

5) ток-шоу «Гостиная "Эхо Москвы"» – гости в прямом эфире (вечер);

6) спортивные передачи: анонс главных спортивных событий, «Спорткурьер»;

7) авторские музыкальные программы: джазовая программа, программа «Весь этот блюз» (поздний вечер – ночь).

«Локальные» информационно-музыкальные радиостанции основной упор делают на музыку – как самую «горячую», т.е. имеющую в данный момент наибольший коммерческий успех, так и на популярные русские и зарубежные хиты прошлых лет. С этим связаны и особые способы ее представления в эфире, и подходящие новостные блоки, и авторские программы. Этим они принципиально отличаются от «многопрофильных» станций, где, как мы видели, главным наполнителем эфира являются различные новости, общественно-политические и просветительские передачи и в последнюю очередь – авторские музыкальные передачи, которые выходят в эфир поздно вечером и ночью.

Если говорить о процентном соотношении музыки и слова, то в эфире «локальных» коммерческих информационно-музыкальных радиостанций присутствует в среднем 70% музыки и 30 – информации (новости, авторские передачи), в случае «многопрофильных» станций – 70% информации и 30 – музыки.

Этот аспект влияет и на подбор эфирных ведущих. Так как «локальные» информационно-музыкальные радиоканалы в основном ориентируются на довольно молодого, энергичного слушателя, то, следовательно, и основной контингент ведущих-ди-джеев и ведущих новостей – молодые люди от 20 до 30 лет (примерно того же возраста или чуть старше основной аудитории), хорошо разбирающиеся в музыкальных стилях и направлениях, знающие английский язык (так как большинство музыкальных хитов – англоязычные композиции), энергичные, веселые, остроумные, способные увлечь слушателей. Они ориентируют их на постоянное общение, как с собой, так и с другими слушателями в прямом эфире.

«Многопрофильные» же радиостанции предпочитают «видеть» в своей эфирной студии не слишком молодых, интеллигентных, эрудированных ведущих, с богатым жизненным опытом, умеющих быть интересными собеседниками как для молодого, так и для более взрослого слушателя, интересующегося прежде всего событиями в стране и за рубежом, стремящегося постоянно быть в курсе всех новостей. Музыка и музыкальные передачи привлекают их внимание уже во вторую очередь.

Особенности работы ведущего (ди-джея) на «локальной» информационно-музыкальной станции. Как известно, ведущий музыкальных программ (ди-джей) «локальной» коммерческой информационно-музыкальной радиостанции – ее визитная карточка. Необходимо разобраться, какими психологическими качествами нужно обладать ди-джею такой станции, чтобы стать если не «лицом», то хотя бы ее неотъемлемой частью.

Так как основой эфира является разнообразный музыкальный материал, то ди-джей прежде всего должен достаточно хорошо разбираться в той музыке, которая изо дня в день звучит на его родной радиостанции. Это обязательное условие, так как независимо от того, что перед глазами у ведущего плей-лист и композиции подобраны с помощью компьютерной программы, он должен пусть немного, но знать об исполнителе, о месте данной композиции в хит-параде, знать последнюю новость из его личной или светской жизни, чтобы можно было «оформить» пребывание композиции в эфире и чтобы слушатель по возможности обратил на нее внимание, особенно если это новая песня.

Не менее важно для ди-джея такое качество, как гибкость, мобильность, умение жить интересами своих слушателей или хотя бы поставить себя на их место. Желательно, чтобы он был постарше целевой аудитории, хорошо ориентировался в ее пристрастиях и привычках, в молодежной музыке и моде. Ведущему полезно знать язык, на котором общаются его потенциальные слушатели, их слэнговые слова (жаргон) – не для того, чтобы пользоваться ими в эфире, а чтобы хотя бы понимать позвонивших в эфир молодых людей. Если ди-джей будет общаться с ними «высоким штилем», аудитория просто не поймет его, что приведет к возникновению недоверия к нему со стороны слушателей и станет причиной неловких пауз во время телефонных разговоров в прямом эфире. А это недопустимо. Слушатели вряд ли потянутся к ди-джею – суперспециалисту в отношении музыки, но абсолютно чужому им человеку, не понимающему или не принимающему ни стиля их жизни, ни их языка. Ведущий должен быть в чем-то примером для своей аудитории, хорошо, если его слова, советы и пожелания вызывают у слушателя желание следовать им или хотя бы прислушаться к ним.

Профессия ди-джея – это мультипрофессия. Он должен обладать определенными душевными качествами: быть незлобивым, уметь слушать других людей, любить и понимать их. На Западе ди-джеи – это обычно немолодые и очень мудрые люди, закончившие несколько университетов. Слушатель всегда все подмечает: и промахи ведущего, и его достижения, часто обращая его внимание на то, что он сам не заметил. Поэтому ведущему поневоле приходится быть и психологом, помогая «идти по жизни» не только слушателю, но и самому себе.

Ди-джею необходимо заранее настроить себя на общение (вербальное и чувственное) с публикой, поэтому важно быть готовым к постоянной эмоциональной нагрузке, ведь прямой эфир представляет собой непосредственно-опосредованный контакт с многотысячной аудиторией, что уже создает нервное напряжение. Этот аспект одинаково относится к работе ведущего и на «локальном» информационно-музыкальном радио, и на «многопрофильном».

По словам одного популярного ведущего информационной программы на молодежном коммерческом радио, первое время его работы на радио было похоже на кошмар: «Я приходил в студию, отчитывал трехминутный выпуск, после чего с меня пот лился ручьем. Я понимаю, почему это происходит: когда человек появляется в эфире, он чувствует ответственность перед массой слушателей. Они, как вампиры, вытягивают из тебя всю энергию».

Как мы уже говорили, ди-джей должен быть гибким человеком. Это касается не только его стремления следить за потоком жизни, замечать в ней все новое, чтобы идти в ногу со своей аудиторией. Это поможет ему выйти из неловкой ситуации во время эфира. (Имеется в виду решение проблем, связанных как с техническими накладками, так и с поведением людей, с их характером.) Например, иногда приходится говорить в прямом эфире с человеком, который с трудом подбирает слова, или возникает необходимость связать своей репликой две композиции, а нужных слов, как назло, нет. Гибкость, приспособляемость ди-джея важны и в том случае, когда темп и характер идущих друг за другом композиций диаметрально противоположны. Было бы странно услышать бодрый конферанс к лирической композиции и грустный – к оптимистичной. Следовательно, ведущий музыкальной радиостанции должен научиться менять свой эмоциональный настрой в зависимости от музыкального материала и сегмента эфира (утреннего, дневного или вечернего).

Помимо легкости в смене настроений ди-джею просто необходимо быть легким на подъем (и в прямом, и в переносном смысле) человеком. Известно, что ди-джеям часто приходится путешествовать для участия в различных мероприятиях в сфере шоу-бизнеса (в качестве собственных корреспондентов на музыкальных и кинофестивалях, международных церемониях награждения), поэтому они должны быть, что называется, всегда готовыми «к труду и обороне» во имя любимой станции и ее слушателей.

Ди-джей должен быть готов также встать в четыре часа утра, чтобы ровно в 6.00 начать свой утренний эфир «отдохнувшим» голосом, или так же бодро отработать ночью. Любое отклонение от нормы (сонный голос, недовольная интонация, случайная грубоватая реплика в адрес слушателя) будет расцениваться и слушателями, и начальством как нарушение профессиональной этики, последствия которого нетрудно себе представить. Кроме того, ведущий обязан всегда помнить, что он «в ответе за тех, кого приручил».

Ди-джей должен обладать молниеносной реакцией и способностью мгновенно включаться в работу. Один известный радиожурналист изумлял иностранцев, проходивших на радиостанции, где он в то время работал, своеобразные курсы повышения квалификации, своим умением, еще не сняв пальто, включить микрофон и прямо с порога начать свою программу. Слушатели были уверены, что ведущий пришел на станцию уже давно, успел основательно подготовиться к эфиру, выпил чашку кофе и в нужное время сел к микрофону. Напомним, что слово «ди-джей» происходит от «диск-жокей» – здесь нужны буквально цирковые качества.

Работник эфира, с одной стороны, должен быть ярким, незаурядным человеком, он всегда находится в центре внимания, окруженный поклонниками, почитателями его таланта и просто случайными людьми, узнающими его по голосу и желающими установить с ним какой-то контакт (получить автограф, взять номер телефона, назначить свидание или упрекнуть в чем-либо – неважно).

С другой стороны, оставаясь яркой личностью, ди-джею очень важно уметь работать в команде. Нельзя стать частью радиостанции, если не будет взаимопонимания с другими участниками творческого процесса. Особенно важны хорошие отношения и взаимопонимание между ведущими разных программ, если идет «парная игра». Необходимо учиться подстраиваться под манеру, голос, интонацию другого ведущего, чтобы и ди-джею, и партнеру, и слушателю было комфортно, легко и приятно.

Терпение, умение идти на компромисс поможет ди-джею завоевать уважение аудитории. Если в поведении коллеги его что-то не устраивает, следует поговорить с ним об этом после эфира и ни в коем случае не выяснять отношения (пусть и в завуалированной форме) в прямом эфире, наподобие: «Знаешь, Вася, на мой взгляд, это слово звучит не слишком эстетично, думаю, многие наши слушательницы со мной согласятся, не мог бы ты в будущем называть эту деталь женского туалета более изысканно?».

У слушателя должно создаваться ощущение непринужденного общения ди-джея с другими сотрудниками, впечатление, что они очень давно знакомы. В этом случае все сегменты эфира будут выглядеть гармонично. Если же ведущий начнет важничать, тогда он вряд ли утвердится, а, следовательно, и надолго задержится как в команде ведущих, так и в сердцах своих слушателей. Амбиции – вещь необходимая, однако работа в коллективе требует разумного поведения.

На «локальной» коммерческой информационно-музыкальной радиостанции работа ведущего совмещена с работой звукоинженера, что редко бывает на «многопрофильных»

станциях. Для «многопрофильных» станций характерно раздельное расположение аппаратной и вещательной студии, т.е. ведущий (диктор, автор и т.п.), а также гости эфира находятся в звукоизолированном помещении (вещательной студии), где размещаются микрофоны.

На «локальной» информационно-музыкальной радиостанции аппаратная и студия совмещены. Поэтому ведущий, который одновременно является и звукоинженером, и звукорежиссером, и редактором, и журналистом, находясь за микшерным пультом, имеет возможность корректировать вещательный сигнал радиостанции, вводить звуковой сигнал с различных источников (цифровых и аналоговых магнитофонов, CD-плейеров и проигрывателей виниловых дисков, устройств воспроизведения служебных сигналов), а также производить замену звуковых носителей (лент, кассет, дисков и т.п.). То есть ди-джей информационно-коммерческой радиостанции не только ведет эфир, но и сам двигает «бегунки» на пульте, «смешивая» музыкальные композиции, рекламные ролики, джинглы радиостанции, собственноручно «рисуя» цельную картину прямого эфира. Поэтому важным аспектом для него является быстрая обучаемость при работе с техникой: пультом, микрофонами, CD- и DAT-плейерами, компьютерами, карт-машинами. Для этого необязательно иметь техническое образование (хорошо, если оно есть!), однако любовь (или хотя бы интерес) к технике обязательно должна присутствовать у начинающего ди-джея.

Не помешает также хорошая реакция, умение быстро переключать свое внимание с одного вида техники на другой, так как в прямом эфире ведущий работает сразу со всеми вышеперечисленными техническим средствами. Его работу в прямом эфире можно сравнить с вождением автомобиля: чтобы стать высоким специалистом, ди-джей должен научиться чувствовать музыку не только душой и сердцем, но и буквально кончиками пальцев.

Одна из основных заповедей ди-джея – не допустить никаких, даже секундных, пауз в эфире. Это один из компонентов так называемого «слушательского комфорта». На слушателя производит не самое благоприятное впечатление, когда между песнями возникает «дырка» или если ведущий никак не может подобрать нужное слово, и несколько секунд аудитория напряженно ждет, когда же он вновь «поймает» мысль.

Тем не менее этого бояться не следует, такие вещи случаются, и в этом нет ничего криминального: иногда зависают компакт-диски в плейерах или вдруг ди-джей забывает мысль, которой только что собирался поделиться со слушателем. Главное в таких ситуациях – не пугаться, ни в коем случае не поддаваться панике, не терять присутствия духа, чувства юмора и верить в свои силы. Можно отшутиться или запустить песню с другого диска. Слушатели поймут, что иногда техника может подвести, но им вряд ли понравится, если вдруг ди-джей начнет извиняться и что-то неуверенно лепетать. Неуверенность ведущего сразу почувствует аудитория.

Вот как вспоминает подобную ситуацию одна девушка-ди-джей: «Первый эфир, первая песня – "Голоса" Насти Полевой. В эфире "отрубается" все: карт-машины, три CD-плейера, DAT-магнитофон. Я лихорадочно нажимаю все кнопки на пульте – ничего не работает; случайно включаю микрофон, зачем-то дрожащим голосом говорю в эфир "ля-ля-ля", выключаю микрофон, вся в холодном поту, руки трясутся, душа в пятках, и тут неожиданно срабатывает один проигрыватель и начинается песня. Пауза в эфире была секунд 15–20. Сначала это был шок, а потом – дико смешно. Что означало это "ля-ля-ля" – не знаю до сих пор».

Не менее важно для ди-джея обладать «чувством времени». За десять секунд можно «выдать» в эфир массу информации. Безусловно, «чувство времени» есть далеко не у каждого человека (как чувство ритма: либо оно есть, либо его нет). Иногда на начальном этапе приходится работать с секундомером или просто с секундной стрелкой наручных часов, чтобы уложиться «минута в минуту». Но со временем ди-джей уже и без секундомера знает, сколько слов и предложений ему следует сказать, чтобы заполнить одну минуту эфира, две или пять... С опытом эфирные работники начинают чувствовать время буквально кончиками пальцев – в нужную секунду руки ди-джея уже автоматически выводят в эфир запланированный джингл, анонс или композицию.

Хорошая дикция и отсутствие явных дефектов речи – обязательное условие для работы в эфире. Оптимальное радийное звучание – отчетливое, дружелюбное, ненапряженное и уверенное – не заставит слушателя сомневаться в станции и продукции, которую она рекламирует.

Помимо приятного голоса и личного обаяния ди-джею нужны здоровые легкие и готовый к многочасовым нагрузкам дыхательный аппарат, ведь после 5–7-часового эфира посаженный голос – дело обычное. В этой связи не стоит забывать о том, что чрезмерное употребление алкоголя, никотина, а также любовь к холодным напиткам и мороженому отрицательно влияют на голосовые связки ведущего эфира, поэтому ди-джеям, если они заинтересованы в своей карьере, приходится отказывать себе в некоторых слабостях раз и навсегда.

Эфирному ведущему надо быть достаточно тренированным, спортивным человеком, так как в течение рабочего дня ему довольно часто приходится бегать в библиотеку за компакт-дисками и другими аудионосителями (которые не всегда находятся в студии), доставлять их стопками туда-обратно, а иногда и передвигаться вверх-вниз в поисках нужных пластинок (если они расположены высоко). Причем делать это необходимо быстро – ничто и никто не может остановить ход эфира. Далеко не на всех станциях музыкальные композиции, а также джинглы и прочие аудио-материалы помещены в жесткий диск компьютера, где достаточно щелкнуть «мышкой» – и нужная композиция зазвучит. Следовательно, физические «упражнения», так же как и умственные, входят в распорядок эфирного дня, и об этом тоже не стоит забывать.

Ди-джею «локальной» информационно-музыкальной радиостанции на первый взгляд нет необходимости готовиться к эфиру, ведь перед глазами у него всегда плей-лист, где указаны все параметры: порядок песен, их категория (сколько раз в час или в день песня появляется в эфире), длительность звучания, плавная или резкая концовка и т.д. Казалось бы, ведущему остается только вовремя выводить композиции в эфир, «приправляя» музыкальный материал соответствующими джинглами, анонсами программ или событий, рекламными роликами и собственными 15–30-секундными репликами между песнями.

Но не все так просто. Чтобы каждый последующий эфир был интереснее предыдущего и ди-джею было о чем поговорить со слушателями, ему нужно вести довольно интенсивный образ жизни. Прежде всего, он обязан следить за музыкальной прессой (и российской, и зарубежной). Лишь будучи в курсе последних событий из мира шоу-бизнеса, можно заинтересовать аудиторию новой композицией, только-только вошедшей в ротацию станции. Кроме того, полезную для эфира информацию ведущий может почерпнуть из музыкальных бюллетеней и ежедневных сводок различных информационно-музыкальных агентств, на которые, как правило, подписываются радиостанции. Здесь помимо последних событий и светских новостей из жизни «звезд» кино и эстрады можно познакомиться с высказываниями «звезд» (о творчестве, любви, сексе, об отношениях в семье, о любимой

одежде, напитках и т.д.), разнообразными хит-парадами, расписанием гастролей, рецензиями на последние пластинки, эксклюзивными интервью и т.д. Информация «из первых рук» всегда интересна аудитории.

Не менее важно и непосредственное общение ди-джея с представителями шоу-бизнеса – журналистами, музыкантами, актерами, клубными промоутерами, другими диск-жокеями – на различных светских мероприятиях, вечеринках, презентациях. Где еще можно услышать самые «горячие» новости и сплетни, чтобы на следующий день поделиться ими со своей аудиторией, не выдавая, конечно, источника информации? Без подобных сплетен-новостей, звучащих пусть даже мельком, как реплика между песнями, прямой эфир был бы скучным и однообразным.

Наряду с этим ди-джею полезно хотя бы изредка слушать музыкальные программы других радиостанций, чтобы проанализировать, как работают другие ведущие, сравнить их стиль общения со слушателями со своим. Это поможет понять, чего же не хватает ему как ведущему и что можно позаимствовать.

Ди-джей должен быть наблюдательным человеком, замечать различные интересные случаи из повседневной жизни (например, новые мусорные ящики на улицах, раскрашенные во все цвета радуги, или необычный закат солнца) – все, чем можно поделиться с радиослушателями, чтобы выглядеть интересным, незаурядным собеседником, способным увидеть то, чего не заметили они. Для того чтобы во время эфира не возникало пауз, простоев, потери мысли, ди-джею иногда стоит набросать на бумаге некоторые заготовки реплик. Очень полезно дома их прочитать (ведущий обычно за сутки знает, как будет «выглядеть» его сегмент эфира, и имеет возможность подготовиться). Часто любая искрометная фраза, кажущаяся импровизацией, на самом деле есть заранее придуманная и отрепетированная сентенция.

Полезно также проговорить будущие реплики с секундомером, чтобы знать, какие из них укладываются в единицу времени (например, в минуту), а какие нужно сократить или продлить. Это «упражнение» весьма важно для начинающих ведущих, еще не совсем освоившихся с таким неотъемлемым понятием прямого эфира, как «чувство времени».

Перед эфиром нужно проверить транскрипцию тех иностранных названий, в которых ди-джей не совсем уверен. Поэтому словарь должен быть настольной книгой радиожурналиста, даже блестяще владеющего иностранными языками.

Все вышеперечисленные требования к ди-джею, связанные с особенностями его работы, касаются и новостных ведущих «локальных» музыкально-информационных станций, но им, прежде всего, необходимо следить за ходом событий, их развитием, читать различную прессу и сводки информационных агентств. Причем изучать новости следует в соответствии с программной политикой, форматом своей станции: например, если станция не дает в эфир политических новостей, то и ведущему не стоит обращать на них особого внимания, лучше сосредоточиться на «профильных» городских, культурных или спортивных событиях.

Ведущему новостной программы нужно в еще большей степени, чем ведущему музыкальных программ, владеть «чувством времени», так как за стандартные 4–5 минут надо успеть рассказать о нескольких важных событиях таким образом, чтобы вся информация дошла до аудитории и заинтересовала ее. Ведущему новостей необходимо иметь очень хорошую дикцию, а его речь должна быть окрашена доброжелательной, а не холодно-отвлеченной интонацией, характерной для дикторов советского периода. Подача

новостей не должна выбиваться из общей концепции радиостанции: если голоса ди-джеев имеют приятную, мягкую интонацию, то новостные ведущие обязаны поддерживать тот же настрой у слушателя, если же у ди-джеев в соответствии со стилем станции энергичные, бодрые голоса, то и подача новостей должна соответствовать этой эфирной концепции.

Перед эфиром ди-джей обязан тщательно подготовить свое рабочее место, которое, как правило, включает в себя несколько (от двух до четырех-пяти) проигрывателей компакт-дисков, DAT-магнитофон, карт-машину, мини-диск-плейер, микшерный пульт, компьютер, эфирный микрофон; сложить компакт-диски в порядке их выхода в эфир; расположить поблизости картриджи с джинглами и анонсами; проверить пульт, чтобы все «бегунки» двигались; отладить звук в наушниках и проверить работу своего и (если нужно) гостевого микрофона; направить при необходимости локальный свет. Затем следует включить эфирный компьютер, если композиции и джинглы запускаются с компьютера, или проверить работу всех CD-плейеров и других устройств, даже если только что этим занимался техперсонал; разложить поудобнее листочки с заготовками, распечатки с прогнозом погоды, анонсами так, чтобы на них падал свет, т.е. создать комфортную обстановку для работы. При необходимости следует расположить под рукой распечатанные заявки радиослушателей, просмотреть сообщения на пейджере – иногда они помогают разнообразить эфир.

Ведущему новостей, прежде чем работать в эфире, нужно набрать на компьютере все свои новости, расположить их в порядке выхода в эфир и распечатать на принтере. Чтобы эфир был успешным, автор известной американской монографии «Радиостанция» Майкл Кейт советует следовать следующим правилам:

1) избегать ошибок и сокращений, не писать слова слитно;

2) использовать только заглавные буквы – это упрощает работу ведущего, написанные так слова удобнее читать;

3) использовать двойной интервал между строчками;

4) избегать аббревиатур и сокращений, кроме привычных, таких, как ТАСС, США, Госстрах и др.;

5) цифры от 0 до 10, так же как и числительные «миллион», «миллиард», набирать буквами, а не цифрами, например: 21 миллион человек, а не 21000000 человек;

6) для английских, французских и прочих названий обязательно писать транскрипцию и ставить ударение, чтобы правильно их произносить и не ошибиться; если возникают сомнения, свериться со словарями;

7) правильно расставлять знаки препинания, иначе может искажаться смысл предложения.

Распечатанная новость должна выглядеть примерно так:

ПРЕЗИДЕНТ США БИЛЛ КЛИНТОН СЕГОДНЯ ЗАЯВИЛ, ЧТО, НЕСМОТРЯ НА СЛУХИ О ТОМ, ЧТО ОН ЯКОБЫ ПОКИНЕТ БЕЛЫЙ ДОМ РАДИ КАРЬЕРЫ В ГОЛЛИВУДЕ, ОН ВНОВЬ ВЫСТАВИТ СВОЮ КАНДИДАТУРУ НА ПРЕДСТОЯЩИХ ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРАХ.

Важно помнить, что написанные новости легко воспринимаются на слух, если предложения короткие, слова понятные, яркие и четкие. Только в этом случае слушатель сможет нарисовать себе «картинку» новости (она должна остаться у него в голове), ведь в это время он может быть занят домашними делами или, например, вести автомобиль. Новости следует писать разговорным стилем, они должны быть структурированными и организованными. Каждая новость должна отвечать на пять основных вопросов: кто? что? когда? где? почему? и содержать интересные подробности. В противном случае слушатель переключится на другую радиостанцию. Важно также, чтобы ведущий прочитывал свой новостной выпуск вслух перед эфиром, это поможет ему выделить для себя главную мысль, правильно расставить логическое ударение. Новостной персонал должен «чувствовать» свои новости, предварительная же подготовка к выходу в эфир избавляет и ведущего, и слушателей от неприятных сюрпризов в эфире.

Готовясь к выходу в эфир, ди-джей ставит в плейеры сразу несколько дисков. Как правило, эфирный час начинается с основного джингла радиостанции («В эфире радио "..."») или рекламной музыкальной песенки, как то: «Русское радио, Русское радио, наша частота известна всем. Русское радио – и никаких проблем!» После этого ди-джей обычно начинает приветствовать слушателей словами типа: «Здравствуйте, с вами ди-джей "..."» или «Добрый день, добрый день всем, кто слушает радио "...", ближайшие пять часов мы проведем вместе...» и т.д.

Имея перед глазами плей-лист, ди-джей знает, что за чем следует, какой конец у той или иной композиции – плавный или резкий. От этого зависит запуск следующей композиции: плавно микшировать ее с предыдущей или вводить резким движением «бегунка», иначе в эфире появится пауза. Самое идеальное микширование – это когда слушатель не может уловить, где заканчивается одна композиция и начинается другая. Если композиция начинается довольно тихо, можно начать конферанс на вступлении – 10–15 секунд «инструментала» (т.е. музыкального фрагмента без слов) достаточно, чтобы сделать небольшое вступление: дать название песни, имя исполнителя и 3–4 сопроводительных слова, например: «А теперь Элтон Джон со своим знаменитым хитом 1973 года "Good-bye, Yellow Brick Road"». В то же время на более длинном, затихающем «хвосте» уместно позволить себе дать более многословный комментарий: «Думаете, у них там все дороги из желтого кирпича? Нет, просто в 1973 году у Элтона Джона скопилось слишком много солнечных очков с желтыми стеклами... почти такими, как весь наш теперешний шоу-бизнес...»

При наличии времени можно связывать темы песен или их названия необычной репликой, как то: «"Иванушки International" были правы: мне тоже было грустно в первый раз, а все потому, что надо учитывать темперамент: если вы жаворонок, а он сова, могут быть разные неприятности» (конферанс между песнями «Тополиный пух» группы «Иванушки International» о несчастной первой любви и песней Лаймы Вайкуле о несоответствии темпераментов «Я – жаворонок, ты – сова»).

Кроме информации о песне и ее исполнителе можно использовать и пришедшие на пейджер стихотворения, посвящения, обращения к ведущим радиостанции («Вот тут у меня есть поздравление от Маши: "Всех ди-джеев поздравляю, счастья, радости желаю"») или непосредственно к ведущему эфира – это украсит музыкальную программу творчеством самих слушателей.

Что касается голоса ди-джея, то тут в зависимости от характера музыкальной композиции используются самые разные интонации: приглушенная для лирической, более бодрая – для веселой (своеобразный голосовой грим) и т.д. Можно найти свою собственную

манеру подачи информации, например, изменить свой голос, сделав его более «завораживающим». Но можно остаться и самим собой, не «играя» со слушателями. Главное, чтобы ди-джей чувствовал себя комфортно в той «маске», которую он выбрал для себя, а аудитория принимала бы его таким, «рисуя» себе образ ведущего в соответствии с его голосом в эфире. В свою очередь ди-джей также может «нарисовать» себе образ идеального слушателя, может обращаться к конкретному лицу, но главное – он должен «общаться» не с микрофоном и не с пустотой. Эта «игра» должна быть одинаково интересна как ведущему, так и его аудитории.

Чтобы оживить выпуск новостей, ведущий часто говорит под какую-нибудь динамичную «подложку» – инструментальную композицию (существуют сборники, состоящие из таких подложек, выпускаемых специально для радиостанций).

Как правило, выпуск новостей длится 5 минут: сначала звучит новостной джингл, потом ведущий открывает блок примерно следующими словами: «В Москве столько-то часов, в студии радио "...", ведущий (имя и фамилия), вы слушаете выпуск новостей».

Выпуск начинается с государственных политических новостей дня, затем следуют ключевые международные известия (два – максимум три), иногда спортивные события, блок рекламы, курс рубля «на сегодня» и погода. Новости должны быть четко выстроены, отделяться одна от другой небольшими паузами, быть логичными и понятными с первого раза. Каждая новость, как правило, состоит из 3–4 предложений. В конце ди-джей может прокомментировать выпуск, а ведущий просто попрощаться («До встречи через час») или проанонсировать следующую передачу («Вы слушали выпуск новостей на "Радио РОКС", с вами был Никита Иванов. Я передаю микрофон Нине Вишневой и ее программе "Воображала"»).

Существуют некоторые специфические особенности работы ди-джея в прямом эфире. Прежде всего, он сильно ограничен не только во времени, но и в движении, так как сидит за пультом и часто не может покинуть его ни на минуту (для этого приходится ждать ближайшей длинной песни или просить смикшировать кого-то из находящихся в студии).

Одно из основных требований профессии ведущего – никогда не показывать своего истинного настроения в эфире, всегда оставляя неприятности «за кадром». Надо помнить: твоя жизнь принадлежит тебе, а эфир – слушателю.

Как мы уже говорили, всегда стоит писать текст и держать его перед глазами, чтобы избежать оговорок в эфире. Ведь эфир – достаточно стрессовая ситуация.

Ди-джею следует анализировать свои передачи, и так как одна и та же песня может повторяться в эфире довольно часто, то для повторного звучания ее можно откомментировать более удачно. Никогда нельзя показывать, что тебе самому песня не нравится, нужно научиться относиться к ней спокойно, зато если композиция по душе, то уж тут можно дать волю всем своим чувствам.

Ди-джей всегда должен чувствовать ответственность, работая в эфире, ведь в это время один слушатель улыбается его шутке, а другой, возможно, переживает трагические минуты в своей жизни. Как-то на одну из радиостанций пришло письмо от «соколов» Джохара Дудаева, где было написано: «Спасибо вам. "Европа Плюс" в нашу карту террористических актов не попадет».

Ди-джей, ведущий программы, новостной ведущий всегда зависят от формата радиостанции. Это касается и голосов ведущих, и способов ведения передач. Если на молодежных «хитовых» станциях ведущему положено излучать энергию, юношеский задор и оптимизм, то для более «взрослых» форматов характерны спокойная и уравновешенная интонация, красивые, хорошо поставленные голоса ведущих и безупречное знание ими русского языка.

Радиоведущий становится полновластным хозяином эфира, и проконтролировать его работу практически невозможно. Поэтому программный директор радиостанции должен быть абсолютно уверен в его профессиональных качествах.

Разницу в способах подачи материала ведущими можно проследить, скажем, на примере программы по заявкам. Если на более «взрослых» радиостанциях ди-джей очень внимательно относится к слушателям, не просто принимает от них заявки, а беседует с ними, интересуется, чем они занимаются в данный момент, спрашивает о работе и даже пытается научить кого-то общаться с незнакомыми людьми на «Вы», то на более молодежных, динамичных станциях ведущему важно принять как можно больше заявок от слушателей, не затягивая разговор по телефону, так как желающих много, а время ограничено. Здесь его задача – никого не обидеть, ведь молодые слушатели главным образом ждут выполнения своей заявки, а не беседы по душам. Эти же требования относятся и к ток-шоу. Если людям более зрелого возраста важна атмосфера передачи (теплая беседа, юмор, воспоминания гостя), то молодежь хочет услышать как можно больше музыки, веселья, шуток, анекдотов, забавных историй (типа: «А теперь расскажи слушателям, как после того концерта поклонница долго признавалась тебе в любви, а потом оказалось, что ей просто хотелось, чтобы ты купил ей в баре коктейль»).

Говоря иными словами, ведущие эфира отражают стиль своей радиостанции.

Особенности работы ведущего на «многопрофильной» информационно-музыкальной станции. Как уже говорилось, «основой» эфира «многопрофильных» станций являются информационные и аналитические передачи, развернутые интервью и комментарии с участием различных специалистов в области политики, экономики, финансов, культурно-просветительские программы, а также передачи, посвященные новостям науки, культуры, новым технологиям, проблемам языка и т.д.

Основная функция журналистов – не формирование настроения у слушателя, а информирование, непосредственное общение как со слушателями, так и с гостями студии, просвещение, анализ текущих событий. При этом ведущему данной станции нужно помнить, что ему следует не «рекламировать» себя и свои знания, а помогать аудитории получать информацию, комментарии аналитиков, компетентных гостей программы. Его задача – быть посредником между слушателем и источником информации.

Такая работа под силу человеку, имеющему богатый жизненный опыт, разбирающемуся в разных сторонах жизни – от политики и экономики до науки и культуры. Зачастую ведущему за один эфирный день приходится касаться самых разных тем. Например, поговорить с гостями студии об особенностях японского кинематографа (обозначить основные различия между японской, американской и русской культурой, рассказать о теме одиночества в фильмах Ясудзиро Одзу, поделиться своими впечатлениями от его картин). Далее, после выпуска новостей и рекламного блока, перейти к разговору о поэзии Петрарки, его биографии, любовных историях, «разбавляя» свой рассказ музыкой И.-С. Баха. Со следующим гостем студии можно обсудить проблемы англо-бурской войны, одновременно представляя на суд слушателей песни, написанные

гостем, а после музыкальной паузы включиться в разговор с Сергеем Никитиным о проблемах авторской песни и т.д.

Ведущий эфира, как правило, хорошо разбирается в людях, так как ему приходится много общаться с ними, соответственно ему важно быть интересным собеседником, умеющим чувствовать людей, к каждому найти свой подход.

Ведущему «многопрофильной» радиостанции необходимо знать один, а лучше несколько иностранных языков (гостями студии часто бывают иностранные эксперты), обязательно владеть грамотной русской речью. Журналист часто имеет дело с людьми высокой культуры, и его уровень должен соответствовать уровню собеседника.

Лучшие радиожурналисты обладают приятным, «теплым» голосом, вызывающим только положительные эмоции (что роднит их с ди-джеями коммерческих радиостанций «взрослых» форматов). Голос, интонация не должны утомлять аудиторию, тем более раздражать ее, так как слушатель, устав от тембра голоса ведущего, может переключиться на другую радиостанцию, чтобы отдохнуть от него.

Голос в эфире не должен быть слишком резким, с агрессивными «нотками» или слишком медленным, занудным. Иногда люди, даже обладающие энциклопедическими знаниями и всеми перечисленными выше достоинствами, из-за плохих голосовых данных не могут быть ведущими эфира. Правда, в этом случае они могут реализовать себя как авторы программ. Слушатели должны доверять мнению и оценкам ведущего, и его голос, интонационный посыл – основные «инструменты» в этом вопросе.

Слушатели «многопрофильных» радиостанций привыкают к голосам, к интонации ведущих, так как проводят с ними много времени. Иногда радиожурналисту отдается целый (определенный) день недели в эфире – и тогда слушатель точно знает, когда ему включать приемник, чтобы провести время с полюбившимся ведущим.

Постоянная аудитория хорошо знакома с манерой общения конкретного ведущего, его музыкальными, литературными и прочими привязанностями и вкусами. Когда радиоведущему отдается целый день, он может сам подобрать команду авторов, которые будут представлять свои программы в эфире, т.е. в этом случае он выступает и в качестве организатора: подбирает людей, чьи выступления органично вписываются в его эфир, с кем ему просто приятно работать, распределяет время выхода передач, делает словесные или музыкальные анонсы программ. Иногда ведущий является и автором специальной программы в своем эфире: сам выбирает темы в зависимости от времени суток (развлекательные, музыкальные, например рассказ об определенном музыкальном стиле, группе или чтение «Золотого теленка» Ильфа и Петрова, – утром и днем; культурологические, скажем биография Наполеона, – ближе к вечеру).

Ведущий следит за тем, чтобы его команда работала слаженно, программы плавно «сменяли» одна другую, а слушатели чувствовали бы себя комфортно, – таким образом выполняя функции редактора (программного директора) и отвечая за все, что происходит в его эфире: от музыкального материала и новостей до собственных программ и передач других авторов.

Слушатель подобных радиостанций всегда должен быть уверен в том, что здесь ему будет уделено достаточное внимание. Поэтому ведущий должен быть всегда приветливым, заинтересованным, готовым дать совет, помочь разобраться в проблеме, предоставить

необходимую информацию. Он должен быть готов к многочисленным звонкам и сообщениям на пейджер: ведь основа его эфира – непрерывное общение с людьми.

Согласно социологическим исследованиям, проведенным одной из «многопрофильных» коммерческих информационно-музыкальных радиостанций, значительная часть молодежи, которая обычно слушает «локальные» станции, остро нуждается в общении, в «заинтересованности в себе», поэтому нередко переключается на «взрослые» радиоканалы. Когда у молодого человека (молодые люди больше подвержены смене настроений и депрессивным состояниям) трудная полоса в жизни и ему некуда обратиться за советом или помощью, то ему важно знать, что есть радиостанция, где его всегда внимательно выслушают, скажут добрые слова в его адрес, поставят его любимую музыку. Об этом стоит помнить ведущим и главным редакторам «многопрофильных» станций и строить свой эфир с учетом интересов и молодых радиослушателей.

Неписаный закон для ведущего «многопрофильных» информационно-музыкальных радиостанций – называть свои имя и фамилию, имя и фамилию звукоинженера (звукорежиссера). Например: «Вы слушаете радио "...", сегодня вторник, 25 января, весь этот день с вами проведу я (имя, фамилия ведущего), а помогает мне звукорежиссер (инженер эфира) (имя и фамилия)».

Ведущий "многопрофильной" станции, как правило, только ведет эфир, т.е. говорит в микрофон, отвечая за информационное наполнение вещательного дня, в то время как «раскрашиванием» эфира с помощью музыки, «фирменных» джинглов занимается звукооператор (звукорежиссер), который сидит напротив за микшерным пультом. На некоторых радиоканалах ведущий даже не занимается подбором музыкальных композиций, которые будут звучать в его программе, эта задача возлагается на музыкального редактора.

На подобных станциях гораздо меньше музыкальной техники (проигрывателей CD, цифровых магнитофонов), а в фонотеке помимо популярной музыки наличествует классическая, авангардная, джазовая, этническая и т. д., так как станция не ограничена тем или иным форматом, а музыка не основа, а фон для эфира.

В нужное время радиожурналист просто дает знак звукорежиссеру рукой или же они заранее договариваются о последовательности музыкальных композиций, джинглов, анонсов в программе. Звукорежиссер программирует последовательность песен на цифровом проигрывателе компакт-дисков, ставит в карт-машину необходимые картриджи с джинглами, заставками, анонсами и по условному знаку ведущего «выводит» в эфир заставку, анонс или песню.

Именно звукорежиссер следит за тем, чтобы не было пауз между произнесенным текстом и композицией, хотя на «многопрофильной» станции в отличие от информационно-музыкальной секундная «дыра» вполне допустима, хотя и тут желательно, чтобы паузы не заполняли эфир.

Ведущему «традиционного» эфира можно слегка расслабиться: иногда вздохнуть, случайно прошелестеть страницей – главным остаются качество и достоверность информации, а не непрерывность музыки и звуковых спецэффектов. Поэтому и порицание от главного редактора если и можно получить, то не за звуковое оформление, а за непроверенные факты, устаревшую или недостоверную информацию, неграмотное изложение материала и т.д. Иногда для этого главный редактор радиостанции специально прослушивает police tape (контрольную запись) – пленку или цифровую кассету, на которую «пишется» каждый эфирный день.

«Авторская программа» и особенности работы над ней

Авторская программа – радиопередача, автор которой одновременно выступает в роли ее создателя и ведущего, режиссера, литературного и музыкального редактора, корректора, а иногда и продюсера. То есть автор радиопередачи целиком и полностью отвечает за ее производство: сам придумывает тему, сам пишет текст, подбирает музыкальный материал, продумывает специальный джингл, иногда находит спонсоров. Отредактировать эту программу и решить, выпускать ее в эфир или нет, может только главный редактор (на «многопрофильной» информационно-музыкальной радиостанции) или программный директор (на «локальной»).

Иногда одна и та же авторская программа одинаково подходит как для «локальной» коммерческой информационно-музыкальной, так и для «многопрофильной» (коммерческой и муниципальной) и даже для государственной радиостанции. Однако стоит помнить, что передача, посвященная американской музыке 50-х годов, не может выйти в эфир на станции, передающей только русскоязычную музыку и т.п., т.е. авторская передача в целом должна подчиняться формату и стилистике радиостанции.

Автор программы, с одной стороны, находится в более простой ситуации в отличие от ведущего эфира: он ограничен темой своей передачи, ему не надо знать обо всем понемногу, нужно разбираться только в своем вопросе. С другой стороны, его программа должна максимально заинтересовать слушателя, поэтому и готовиться к ней следует более тщательно. Автор должен сам подобрать для программы литературный материал, сделать его «разговорным», понятным человеку, не особенно разбирающемуся в данной проблеме. Нужно, чтобы слушателю казалось, что ведущий общается с ним, даже если он читает свой текст по бумажке.

Автор сам подбирает и музыкальный материал (который также должен легко восприниматься), договаривается с гостями, если это ток-шоу, обсуждает с ними тему предстоящего разговора, желательные и нежелательные вопросы и т.д. Иногда следует пообщаться и с постоянными слушателями, узнать, что им нравится, а что нет, что бы они хотели услышать в будущем – какую музыку, с какими людьми встретиться в эфире и пр.

Автор программы, как и ди-джей "локальной" информационно-музыкальной радиостанции, подготавливает рабочее место, нужные компакт-диски, картриджи с "отбивками", джинглами, а также создает (если это ток-шоу) максимально комфортную обстановку своему гостю: предлагает кофе или чай, помогает расслабиться, если человек малознакомый, пытается создать непринужденную атмосферу, чтобы беседа прошла успешно.

Автору передачи желательно придумать «фирменную», только ему присущую манеру здороваться и прощаться со слушателями (например: «Здравствуйте, любезнейшие радиослушатели», «Засим прощаюсь до следующего раза»), а также подобрать специальную музыкальную подложку, чтобы сделать передачу более эффектной и запоминающейся. Под эту музыкальную композицию (лучше всего инструментальную) ведущему должно быть удобно, приятно говорить: она должна заряжать энергией или же, наоборот, расслаблять в зависимости от ритма и характера передачи, а также в зависимости от темперамента автора.

Ведущий программы в прямом эфире наиболее свободен, поэтому, сидя за пультом, может позволить себе какие-нибудь посторонние шумы (рукопожатие с гостем программы, смех, иногда шутки). Он ограничен только временем передачи, ее форматом и собственной внутренней цензурой. Радиоведущий создает определенное настроение у слушателей независимо от жанра передачи. Главное – постоянное общение с аудиторией, ответы на вопросы, специальные викторины. Поэтому автор должен следить не только за содержанием передачи, музыкальным материалом, но и за ходом беседы, как со слушателями, так и с гостями программы, постоянно поддерживать нужное настроение и темп. Если гость программы настроен на шутки и веселье, следует поддерживать этот тон. Например:

Музыкант. Ну, мы (группа) тут открыли свой расчетный счет, так что...

(Многозначительная пауза.)

Ведущий. Нет, нет, денег я тебе не дам, и не проси!

Или, наоборот, гость передачи (популярный телеведущий) на ехидно-любопытный, провокационный вопрос, заданный ведущим с самой невинной интонацией: «А вот тут всем интересно узнать о твоих отношениях с той самой, как ты сказал, наполовину армянкой, наполовину казачкой певицей Сабиной» – может ответить в том же духе: «Ой, я так боюсь ее, не хотелось бы рассказывать о наших отношениях, а то она непредсказуемая женщина, мало ли что может со мной сделать, когда я вернусь домой, если ей не понравится мой ответ».

Делая авторскую радиопрограмму, журналисту важно помнить, как уже было сказано, о том, на какой радиостанции она будет звучать. Здесь у авторов в отличие от ди-джеев и эфирных ведущих больше возможностей: если программа по теме, стилю или из-за «нестандартного» голоса ведущего не может прозвучать на «локальной» коммерческой информационно-музыкальной радиостанции, автор имеет возможность продать ее на коммерческой или муниципальной «многопрофильной», а также государственной станции. Вот, например, отрывок одной из передач «Вэла-тойн: музыка и эпос», которая не могла выйти в эфир на «локальной» информационно-музыкальной радиостанции, но прекрасно прижилась на «многопрофильной»:

«С тех пор как фэйри, волшебный народ, перестали стариться, они жили бесконечно долго и если и умирали, то не своей смертью. Дети рождались у них все реже: это великое событие случалось раз в несколько столетий. Рождение своего ребенка фэйри встречали поистине как подарок судьбы. Но известно, что, если в жизни надеяться только на одну судьбу, смириться с ней, ничего хорошего из этого не получится. И народ фэйри нашел выход...»

Эта программа почти целиком была посвящена истории и мифологии кельтов (теоретические и исторические сведения плюс ставшая традиционной волшебная история в

конце). Фоном для нее служила кельтская народная музыка. Медленный, успокаивающий голос ведущего, немного растянутые интонации, совершенно неприемлемые для «локальных» информационно-музыкальных радиостанций, хорошо гармонировали с лирическим настроением передачи. Красивая инструментальная музыка с участием скрипок, флейт и волынок на подложке, интересная информация об истории и культурных традициях кельтских народов – все это привлекало как молодых, так и людей старшего возраста.

Телефонные звонки во время программы и ее рейтинг показали, что она собрала довольно много слушателей. Эта программа была уникальным явлением в московском (а возможно, и российском) радиоэфире.

Основным отличием авторской программы на «локальной» коммерческой информационно-музыкальной радиостанции от передачи на «многопрофильной» и государственной радиостанциях является то, что в первом случае ведущий, как правило, выходит в эфир «живьем», а во втором (из-за обилия передач разных авторов) предварительно записывает свою передачу (сам или с помощью звукоинженера) на магнитную ленту, DAT-кассету или еще какой-либо носитель. Особой разницы здесь нет: всегда можно создать иллюзию прямого эфира, записав передачу с первого раза (без монтажа), оставив какие-то оговорки и погрешности. Единственное различие между «записной» и «живой» передачей состоит в том, что в случае авторской программы невозможно вывести звонки радиослушателей в эфир. Однако всегда Можно поговорить со слушателями, узнать их мнение, пожелания и после передачи.

Работа радиожурналиста в пресс-службе

Нет ни одного уважающего себя учреждения, где не существовала бы пресс-служба. В цивилизованном мире это давно стало нормой, у нас уже сделаны первые шаги с неизбежными издержками и недостатками. Руководители корпораций и банков сплошь и рядом плохо понимают, что должна делать пресс-служба, а ее работники не знают, как угодить начальству. Поэтому разговор приходится начинать с азов.

Пресс-службы подразделяются на два типа: постоянно действующие и временные. Первые функционируют при администрации президента, при правительстве, палатах Федерального Собрания, министерствах, политических партиях и организациях, при крупных предприятиях и банках. Их можно назвать пресс-службами организаций. Вторые создаются для освещения важных краткосрочный событий, какого-либо конкретного случая – собрания, съезда, юбилейных торжеств, кинофестивалей и т. п. Их называют пресс-центрами события, мероприятия.

Еще больше различаются пресс-службы по роду работы. Пресс-служба президентской администрации решает одни задачи, пресс-служба банка или «Газпрома» – совсем другие. Пресс-службы входят в систему PR – паблик релейшн (англ. «работа с общественностью»). И если, к примеру, пресс-служба Государственной Думы призвана

обеспечивать нормальную работу в первую очередь аккредитованных журналистов, содействовать всестороннему освещению деятельности палаты, то пресс-служба банка сосредоточивает усилия на обеспечении имиджа своего учредителя. Когда в Думе организуется выставка живописи, цели преследуются политические: показать то, что отвечает интересам той или иной фракции. Банк, если он занимается коллекционированием картин, использует выставки для привлечения внимания к себе, повышения своего авторитета. Таким образом, и внимание, и авторитет становятся категориями коммерческими. Очевидны различия в работе пресс-служб министерств социальной защиты и, скажем, транспорта, которые определяются характером деятельности указанных ведомств.

Однако при всех различиях пресс-служб как по видам, так и по роду деятельности их объединяет главная задача – информировать о деятельности своего учредителя. Да и по характеру работы общего у них намного больше, чем частного: аккредитация журналистов, организация пресс-конференций, распространение информационных материалов, анализ публикаций об учредителе входят в функции всех пресс-служб.

Очень часто радиослушатели обращаются к работникам радио с просьбой уточнить информацию, прозвучавшую в определенное время. При проверке же оказывается, что такой информации вообще не было. Услышал человек, погруженный в свои мысли, обрывок фразы, созвучной его настроению, а дальше по-своему домыслил ее. Чтобы избежать подобных ситуаций, важные сообщения следует непременно повторять несколько раз, а то, что прозвучит один раз, должно «схватить слушателя за ухо». Возможно это только в том случае, если материал с самого начала привлекает внимание. Иногда для этого достаточно звуковой отбивки, но эффект значительно усилится, если вся передача будет построена с использованием звуков, воздействующих на эмоции. Таким звуковым оформлением пресс-службе полезно обеспечить радиостанции заблаговременно. Их помощь в создании аудиопалитры окупится стократно.

Радиожурналист в Пресс-центре и сам призван готовить звуковые материалы – радиостанций сегодня много, а сотрудников у них мало, и добротно сделанная корреспонденция вполне может найти место в эфире. Готовится, к примеру, не слишком яркое событие вроде ежегодного собрания акционеров металлургического концерна. Можно удовлетвориться прохождением информации о том, что такое событие предстоит, – эффект ее будет равен нулю: мало ли у нас собраний? Но можно подготовить и распространить несколько звуковых материалов о работе металлургов, об их жизни, используя предстоящее собрание как информационный повод, – и результат будет совсем иным. Ведь ориентироваться в работе пресс-службе хозяйствующей организации полезно не только, а может быть, и не столько на московские средства массовой информации, сколько на региональные.

Столичные СМИ непременно стремятся к эксклюзивности и масштабности, к тому же проблемы металлургического концерна, действующего на Урале или в Сибири, для них могут быть мало интересны. Региональные же средства массовой информации, где действуют предприятия концерна, заинтересованы получить нужный, интересный, да к тому же бесплатный материал.

Сказанное вовсе не означает, что радиожурналисту нечего делать в пресс-службе президента или Думы. Например, сделал президент до начала беседы со своим гостем заявление перед тележурналистами – и многие радиостанции вынуждены «снимать звук» с телевизора, где дается корреспонденция об этой встрече в Кремле. Строго говоря, в этом случае нарушаются авторские права телеканала, что уже само по себе плохо. К тому же

радиостанция оказывается в плену чужой мысли – телекорреспондент дает в звуке то, что считает нужным, а это может оказаться не самым важным. Другое дело, когда президентская пресс-служба незамедлительно распространяет полную аудиозапись заявления главы государства. В пресс-службе готовится определенное количество аудиокассет, и каждый, кто в этом заинтересован, может получить такую кассету. На Западе эта практика существует давно. Например, в штаб-квартире НАТО через считанные минуты после завершения пресс-конференции можно получить ее полную запись. Очень важно, что запись выступления на кассете дается без перевода, в оригинале. Аккредитованные журналисты получают аудиодокумент в чистом виде. Заботятся об этом радиожурналисты, работающие в пресс-службе.

Нередко пресс-конференция проводится в неприспособленном для этих целей помещении, например в аэропорту. В пресс-службе государственного департамента США запись такой пресс-конференции обеспечивает радиожурналист, оснащенный репортерским магнитофоном «Sony» и микрофоном на удочке. Записанный текст служит как для скорейшей подготовки пресс-релиза, так и для распространения аудиозаписи.

Не следует представлять такую работу чисто технической – записал, размножил, раздал... Распространение документальных материалов – лишь часть работы радиожурналиста в пресс-службе. На их основе он готовит пресс-релизы, корреспонденции, звуковые отчеты. Каждая пресс-служба выпускает пресс-релизы. Для информационных агентств этого достаточно, но для радиостанций – явно мало. Необходимо пресс-релиз озвучить, сделать его радийным. Например, прошло заседание политсовета общественно-политического движения, на котором выступили члены политсовета, были рассмотрены какие-то вопросы, приняты решения, подведены итоги. В пресс-релизе для печати в кавычках дали главный вывод, сделанный лидером (стало быть, процитировали). А для радио это надо дать в звуке. Зазвучит живой оригинальный голос – совсем иное дело, нежели воспроизведение цитаты ведущим или диктором.

Важной составной частью работы всех пресс-служб является организация интервью с руководителями. Что греха таить, многие начальники хотят видеть себя в первую очередь на телеэкране. Но радиожурналист должен объяснить преимущества радиоинтервью: во-первых, аудитория радио неизмеримо шире; во-вторых, на радио можно получить больше эфирного времени и соответственно больше сказать. Однако подготовить начальника к выступлению – задача не из легких.

В былые времена комментаторы Всесоюзного радио вели рубрику «Интервью с министром», что было очень непросто. Большие начальники выступать не хотели: боялись микрофона и своего косноязычия. Самая большая трудность заключалась в том, чтобы уговорить министра. Получив согласие, журналист с помощником министра готовил текст, и министр с большим или меньшим успехом зачитывал его перед микрофоном. С годами эта практика ушла в небытие, стало важно не кто выступает, а что он говорит и как. Если страдает косноязычием, да к тому же повторяет прописные истины, слушать его не будут.

Если интервью готовится к эфиру в записи на пленку, радиожурналист пресс-службы должен не просто присутствовать при этом, но и вести собственную аудиозапись. Это необходимо, во-первых, чтобы иметь точную копию записи – ведь при монтаже в редакции могут нечаянно исказить смысл речи (а в наше время, увы, и злонамеренные подтасовки не редкость); во-вторых, – для собственной аудиолетописи.

История любой организации начинается с первого дня ее существования. И очень важно сохранить не только письменные документы, но и звуковые. Радиожурналист

призван все записывать на пленку, и скучное производственное совещание, и праздничную презентацию. Никогда нельзя предвидеть, что пригодится, а что окажется лишним. В звуковом архиве полезно собирать все, тем более что современная техника позволяет делать это без особых хлопот и надежно – в компьютере записи воздействию времени не подвержены.

В конце ноября 1994 года журналисты были приглашены в Министерство обороны по поводу встречи министра с иностранным гостем. Пришли всего человек шесть-семь: «паркетное» событие не вызвало большого интереса даже у многих аккредитованных при МО журналистов. Как они пожалели об этом! Выйдя после беседы с гостем к представителям прессы, министр обороны Павел Грачев мимоходом бросил фразу, которая стала исторической: «Один воздушно-десантный полк взял бы Грозный за два часа». Тот, кто сделал уникальную запись и сохранил ее, стал обладателем бесценного документа.

В задачу радиожурналиста пресс-службы входит и подготовка рекламных материалов. Они могут быть самыми разными: реклама в чистом виде, так называемая «скрытая» реклама, когда в самых хвалебных тонах и подробно рассказывается о качестве товара или услуг; «джинса» – так на журналистском жаргоне называют рекламные материалы, поданные под видом авторской корреспонденции. «Джинса» – это, по сути, воровство у собственной радиостанции, поскольку деньги, которые должны пойти за оплату рекламы в бухгалтерию, попадают в карман журналиста. Явление, как это ни прискорбно, живучее. Поэтому упоминание о «джинсе» преследует одну цель – профилактическую: предупредить, что так делать нельзя. А реклама – и в чистом виде, и скрытая – вполне легальна, и ею надо заниматься.

Радиостанция не несет ответственности ни за содержание, ни за достоверность рекламы: в эфир идет то, что приносит заказчик. Рекламирует, например, себя мебельный салон: и выбор самый лучший, и цены снижены, и доставка по Москве бесплатная, «но самое главное, звучит зазывный голос, – очень простой телефон». И называется, действительно, легкий для запоминания номер. Но почему вдруг самым главным в достоинствах мебельного салона оказывается номер телефона?

Квалифицированный радиожурналист обязательно обратит внимание на этот казус. Он выверит каждый акцент, расставив все по местам.

Еще одна форма работы пресс-службы – публикация материалов на правах рекламы. Организация покупает эфирное время и использует его в своих целях. Распорядиться этим временем следует с максимальной пользой, и решить эту задачу, кроме радиожурналиста в пресс-службе, некому: он знает не только то, что надо сказать, но и как сказать.

Радиожурналисту пресс-службы полезно стать своим человеком на радиостанциях. Он глубоко заинтересован в том, чтобы его воспринимали как надежного помощника, человека, который всегда даст информацию, предоставит звуковые материалы, обеспечит нужные встречи. Интерес взаимный и может быть очень плодотворным. Радиожурналисты, постоянно аккредитованные при пресс-службе, тоже стремятся установить личные контакты. Добрые отношения создают атмосферу доверительности, позволяют получать информацию, не предназначенную для широкого оглашения, узнавать подоплеку событий. Близкая к крылатым словам Цезаря формула «Пришел, увидел, сообщил» для журналистов не приемлема. Чтобы сообщать, надо много знать. Доверительные отношения помогут журналисту обстоятельно и оперативно информировать радиослушателей и ориентировать редакцию на то, что можно ожидать в ближайшем будущем, каковы тенденции политического развития и т.д.

Известно, что в материал попадает едва ли десятая часть полученной информации, но это должна быть самая важная ее часть, самая существенная. Выделить такую информацию бывает далеко не просто. Для этого необходимо помнить, что было раньше, предвидеть, что может быть, владеть самой широкой информацией.

И совсем не обязательно обращаться с сотрудниками пресс-службы на «ты». Такой упрощенный метод установления добрых отношений имеет положительные результаты отнюдь не всегда. Интеллигентные люди не очень любят панибратство. Вежливость дает больший эффект.

Укрепляет контакты продолжительность работы. В 90-е годы, к примеру, в Министерстве иностранных дел России сменились пять руководителей департамента информации и печати, а журналисты, аккредитованные при этом ведомстве, практически все остались на своих местах. Дипломаты, работающие в региональных отделах и других службах министерства, давно были с ними знакомы и не один раз имели возможность проверить их в деле. Это создавало надежную основу для плодотворного сотрудничества. Человеческие качества никогда не теряют значения, а первое среди них в работе – порядочность.

Необходимо заметить, что дружеские отношения ни в коей мере не должны мешать выполнению корреспондентом журналистского долга. Легко представить, в какое смятение пришла пресс-служба президента, когда Б.Н. Ельцин на проводах российских войск в Берлине стал дирижировать оркестром, демонстрируя, мягко говоря, нечеткую координацию движений. Это привлекло всеобщее внимание. Телевидение, радио многих стран говорили в первую очередь об этом не красящем российского президента факте. И только корреспондент одной из ведущих российских радиостанций «не заметил» его – в результате радиостанция из-за подобострастной услужливости корреспондента перед первым лицом государства оказалась в незавидном положении. Да и пресс-службы теряют профессиональный интерес к тем, чьи сообщения напоминают «суррогатный кофе». Журналистам же, поднимающим острые вопросы, пресс-службы уделяют повышенное внимание. Их побаиваются и поэтому стараются «подкормить» «утечками» информации.

Так, за несколько дней до совещания Совета обороны, на котором Президент России в одночасье снял и министра обороны, и начальника Генерального штаба, корреспонденту «Эха Москвы» дали понять, что Борис Ельцин резко расходится с руководителями военного ведомства в подходах к военной реформе. Соответствующая корреспонденция тут же была передана в эфир, и для тех, кто слушает «Эхо», сенсационное смещение министра обороны и начальника Генштаба неожиданностью не стало. Администрация заранее подготовила общественное мнение, а радиостанция продемонстрировала свою информированность.

«Утечки» информации широко применяются в политической борьбе, но используются в этих целях только популярные радиостанции. А популярными являются те из них, которые говорят обо всем и первыми.

Авторитет радиожурналиста в пресс-службе завоевывается оперативностью, достоверностью материала и умением правильно оценить событие. Для этого необходимо знать не только то, что говорят открыто, но и подоплеку события.

Пресс-службы, которые заботятся о достоверном и полном освещении деятельности своего ведомства и хотят влиять на формирование общественного мнения, проводят для аккредитованных журналистов брифинги «не для печати». За чашкой чая или без оной

руководитель высокого ранга приоткрывает завесу тайны над обстоятельствами, о которых обычно не говорят. Он реально оценивает ситуацию, делится своими прогнозами событий, говорит о проблемах и рифах, которые предстоит преодолеть. Журналисты задают острые вопросы и получают откровенные ответы. Иногда тот, кто проводит подобный брифинг, разрешает публиковать поведанное им, но без ссылки на источник. Это значит, что организаторы заранее рассчитывали на «утечку». Но бывает и так, что все сказанное просят принять к сведению, но не публиковать. И тут дело чести журналиста неукоснительно выполнить просьбу. Придет время – и полученная конфиденциально информация поможет разобраться в политических хитросплетениях и сыграет свою роль.

Но недопустимо и непростительно в погоне за сиюминутным эффектом выдавать закрытую информацию. В этом случае не только журналист потеряет доверие, но пятно ляжет на всю редакцию. Не держать слово, не выполнять обещания – признак бесчестия, а нравственные нормы в журналистике никто не отменял. Разумеется, есть журналисты, которые «ради красного словца не пожалеют и отца», но с ними порядочные люди предпочитают не общаться.

С большинством пресс-служб радиожурналистам приходится иметь дело от случая к случаю. На пресс-конференцию, презентацию или иное подобное предприятие по приглашению редакция посылает журналиста, свободного на данный момент. Но есть пресс-службы, заслуживающие постоянного внимания: администрации президента, правительства, силовых министерств, к числу которых по непосредственной подчиненности президенту относится и Министерство иностранных дел. При этих ведомствах редакции стремятся иметь постоянно аккредитованных корреспондентов.

Тому есть несколько причин. Первейшая – необходимость глубоко разбираться в сути проблем. Журналист, который не знает имен министров иностранных дел крупнейших мировых держав, путается в названиях международных организаций, будет попадать в неловкое положение в МИДе. Того, кто может сказать «Генеральный штаб Министерства обороны» вместо правильного «Генеральный штаб Вооруженных Сил», не станут воспринимать всерьез в военном ведомстве. Человеку, не ведающему разницы между дефолтом и дефицитом, не умеющему толково объяснить, что значит «транш», лучше и не подходить к Министерству финансов. Поэтому предпочтительно при МИДе аккредитовать журналиста-международника, а при Министерстве обороны – человека, прошедшего срочную службу в армии.

Универсализация журналистов – когда одного и того же человека сегодня направляют на пресс-конференцию в Министерство социальной защиты, а завтра – в Министерство по чрезвычайным ситуациям, а еще через день – на выставку сельскохозяйственной техники – нередко приводит к казусам. Безусловно, журналист должен уметь грамотно рассказать о любом событии, но без специализации ему будет крайне трудно вникнуть в суть проблемы, подвергнуть полученную от официальных кругов информацию критическому анализу.

Каждое ведомство, проводя публичные мероприятия, будь то выставки или пресс-конференции, стремится представить свою деятельность в наилучшем свете или доказать, что ему крайне необходимо дополнительное финансирование, для чего оно и взывает к общественному мнению. Работающие в пресс-службе этого ведомства специалисты сделают все, чтобы убедить в своей правоте.

Но ведомственная правота далеко не то же самое, что правота общественная. Сельское хозяйство остро нуждается в деньгах, но где их взять, если не погашены долги по

пенсиям? Военные приводят весьма выразительные данные, призванные свидетельствовать о том, что недостатки финансирования не позволяют в должном объеме заниматься боевой подготовкой, но в Главной военной прокуратуре одновременно приводят не менее красноречивые данные о разбазаривании и разворовывании сумм со многими нулями далеко не единичными генералами и адмиралами, которым все прегрешения сходят с рук.

Журналист, который видит всю картину, не клюнет на декорированную или откровенную показуху. У него всегда есть возможность задать на пресс-конференции вопрос, позволивший получить более объективную информацию. И этот ответ станет основой его отчета о пресс-конференции.

Председатель Государственной Думы Геннадий Селезнев крайне болезненно реагировал на упреки в неэффективности законотворческой деятельности Думы. Он не раз проводил пресс-конференции, на которых перечислял, сколько принято законов. Цифры выглядели солидно, но стоило задать ему вопрос о ключевых законопроектах – о земле, об экстремистских организациях, о борьбе с коррупцией, – как велеречивый председатель начинал терять красноречие, и все его победные реляции меркли.

Радиожурналист должен не только внимательно слушать, что говорят на пресс-конференции, но и записать на пленку выступления и ответы, чтобы самые важные заявления привести в редакцию в оригинальном голосе. То, что в газете дается в кавычках, как свидетельство документальности, на радио воспроизводится голосом. Аудиозапись является документом. И в этом ее сила. Поэтому записи должно уделяться первостепенное внимание. Лучше всего микрофон поставить перед говорящим, а магнитофон разместить так, чтобы в случае необходимости к нему легко можно было подойти – ведь пресс-конференции длятся порой не менее часа и кассету необходимо вовремя перевернуть. Идеально иметь шнур достаточной длины. Но бывает так, что журналист сидит метрах в 10–12 от подиума, на котором он поставил магнитофон. Шнуры такой длины составят целый моток, и носить их каждый раз с собой не очень удобно. Проще занять место у прохода и своевременно подойти к своему магнитофону.

Это не подлежит осуждению – работа есть работа. Поймут и коллеги – журналистская солидарность даже в условиях конкуренции среди средств массовой информации стоит на первом месте.

Андрей Козырев, в ту пору министр иностранных дел России, должен был выступить на совещании руководителей внешнеполитических ведомств государств – членов ОБСЕ. Его пресс-секретарь, как водится, заранее раздал текст его речи журналистам, сопровождавшим министра. Попала она и в руки зарубежных корреспондентов (такая практика существует во всем мире). И все журналисты знают и неукоснительно соблюдают правило: передавать текст можно только после произнесения речи. Это требование общее, но в данном случае, как выяснилось позже, раздача текста была составной частью заранее продуманной мистификации.

Выйдя на трибуну, Козырев произнес совсем другую речь. Ее текст отличался от розданного не отдельными формулировками, что бывает, а общей тональностью. Свой обычный прозападный стиль министр сменил на резко антизападный. Иностранные дипломаты слушали с изумлением. Но Козырев, насладившись полученным эффектом, развеял их недоумение, пояснив в конце, что так выглядела бы позиция России, если бы к власти пришла оппозиция. Иностранные министры и большинство журналистов вздохнули с облегчением. И только корреспондент одного из российских информационных агентств то краснел, то покрывался холодной испариной. Оказалось, что вопреки всем правилам и

договоренности между коллегами (текст в Москву все российские информационные агентства должны были отправить одновременно после произнесения речи) он, желая быть первым, передал текст заранее. Оговорку, что речь еще не произнесена, журналист сделал, но, прикинув по распорядку дня конференции, когда Козырев должен сойти с трибуны, определил время истечения эмбарго. И когда министр произнес другую речь, корреспондент был в отчаянии. Скандала удалось избежать: один из журналистов дал свой радиотелефон, и сотрудник информационного агентства предупредил редакцию, что текст передавать нельзя.

Быть первым – задача каждого журналиста. Но и при этом недопустимо отступать от общепринятых норм поведения, законов профессиональной этики, ставя личные интересы во главу угла.

В принципе радиожурналист не должен оказываться в таком положении, так как для него документом является не текст, а запись. Сегодня полное выступление государственных и политических деятелей, за редчайшим исключением, никто не воспроизводит – нельзя злоупотреблять вниманием радиослушателей, да и эфирное время слишком дорого, чтобы давать речи, состоящие на 90% из общих фраз. Важно дать главное. Полагаться на то, что, вернувшись в редакцию, можно будет снова прослушать всю аудиозапись, не стоит: время дорого и материал как можно скорее должен быть готов к эфиру. Поэтому во время выступления полезно вести очень подробную (идеально – стенографическую) запись с указанием, о чем говорилось на первой минуте, на пятой и так далее. В таком случае в редакции останется только быстро найти необходимое место аудиозаписи, выписать его и вставить в своей текст, продуманный еще по дороге в редакцию.

Для сведущего радиожурналиста иногда одна фраза первого лица может стать оперативным поводом для важнейшей аналитической корреспонденции. Сакраментальная реплика президента «Не так сели» на заседании юбилейного Пушкинского комитета в мае 1999 года одним журналистам дала повод поговорить о бестактности Бориса Ельцина, другим – понимающим суть явлений – материал для предсказания о скорой отставке правительства.

Уметь предвидеть – важное качество журналиста. Полезно при этом выдержать спокойный тон и подстраховаться формулировками типа «у меня создалось впечатление», «похоже», «вроде бы». Плохо, если корреспондент вещает в роли истины в последней инстанции. Это всегда плохо. Когда же речь идет о вещах и делах деликатных, худо втройне.

Каждая пресс-служба имеет свою специфику. Точно так же, как Министерство иностранных дел по своим функциям отличается от Министерства обороны, как различаются дипломаты и военные, разнятся и соответствующие пресс-службы. В МИДе традиционно господствует общепринятый в цивилизованном мире благожелательный стиль, открытость, стремление предоставить максимум информации. Дважды в неделю директор департамента информации и печати проводит брифинги по текущим вопросам внешней политики. Традиционно вначале он выступает с инициативными заявлениями, заранее подготовленными МИДом, но затем предоставляется возможность задавать любые вопросы.

В оперативных случаях сотрудники департамента, включая и директора, дадут ответы и по телефону. Естественно, заявления, ответы порой звучат весьма «кругло» – у дипломатии свои законы, карты на стол не выкладывает никто. Знаменитая формула наполеоновского министра иностранных дел Талейрана «Язык дан дипломату, чтобы скрывать свои мысли» и поныне не потеряла значения. Но человек, который постоянно

варится в ведомственном мидовском соку, и в туманных на первый взгляд фразах уловит новость, сумеет обеспечить перевод с дипломатического языка на русский. Важно только никогда не забывать, что речь идет о государственных интересах, а с ними полезно быть сугубо осторожным. Не грех и посоветоваться, правильно ли журналист понял дипломата. Аккредитованный журналист имеет полное право на собственное мнение. Но, подчеркнем, на мнение, а не на домысел. Различие между этими понятиями заключается в том, что мнение опирается на анализ, на факты, а домысел – на амбиции без анализа и фактов.

В МИДе, как и в президентской администрации, особенно полезно соблюдать протокольные нормы. Вас не удалят из зала, если вы придете на пресс-конференцию в джинсах и свитере, но на приемы (а на них тоже приглашают), на встречи министров или президентов так ходить не принято. Золотое правило «в чужой монастырь со своим уставом не лезь» в МИДе чтут особенно.

В Министерстве обороны служба информации часто видит свою главную задачу не в том, чтобы предоставить журналистам информацию, а в том, чтобы не давать ее. Но гласность пробила брешь в редутах Арбатского военного округа, как называют в журналистских кругах комплекс зданий военного ведомства на Арбатской площади, но бдительные работники служб пытаются возводить преграды. Попытки получить сведения о ставшем известным событии через дежурного офицера пресс-службы в 99 случаях из 100 кончаются провалом. «Ничего не можем сказать» – то ли нечего сказать, то ли нельзя поделиться информацией – непонятно, но результат один – нулевой. Однако положение далеко не безысходное. Если журналист имеет прямой выход на заместителей министра (до «самого» добраться напрямую трудно), на главкомов, – все будет в порядке. Лишнего генералы не скажут, но необходимое сообщат.

Вопрос, как установить такие контакты, в каждом случае решается индивидуально. Лучше и легче всего это достигается в неформальной обстановке, например, если радиожурналист присутствует на военных учениях. Пока идет работа, к начальству лучше не подходить. Кончились учения, начался перерыв с перекуром – лови момент, смело иди с микрофоном наперевес и задавай вопросы. В конце интервью, поблагодарив, сообщи, когда материал прозвучит по радио (об этом надо сказать редакции и проследить, чтобы не было сбоев). А потом полезно и без микрофона поговорить. Будет в этот день оказия еще раз подойти к генералу – обязательно надо ею воспользоваться. Никогда нельзя забывать, что армия построена на строгой субординации. Полковнику, чтобы сообщить информацию даже самого невинного характера, требуется санкция начальника, да и тот не всегда самостоятелен в решениях такого рода. А вот заместитель министра, главком сами решают, что сообщать прессе, о чем не говорить.

В связи с заметной феминизацией радиожурналистики при пресс-службах все чаще аккредитуют представительниц прекрасного пола. Многие из них твердо и, надо признать, небезосновательно убеждены, что женские чары неотразимы. И это, действительно, так. Но в тех случаях, когда преследуются журналистские, а не иные цели, использовать их следует крайне осторожно. А еще лучше полагаться на ум и профессиональные навыки. Эти качества не подведут никогда.

Для радиожурналистов, аккредитованных при пресс-службе, важно установить контакт с сотрудниками службы безопасности. Правда, порой они вызывают раздражение своими докучливыми замечаниями, жесткими требованиями – сюда не ходи, туда микрофон не ставь. Бывает, что возникают и лишние проблемы. Но они несут службу, у них свои правила, и с этим надо считаться.

Ни в коем случае нельзя пытаться подойти к охраняемому лицу со спины, чтобы поднести микрофон. Офицер службы безопасности в таком случае может поступить очень резко, и будет прав.

Но, если вы сумели установить с ним нормальный контакт, в другой раз он сам вам подержит микрофон, чтобы запись получилась хорошего качества. А если журналисты сопровождают министра в «горячую точку», офицеры службы безопасности охраняют и их. Когда министр иностранных дел России летал в Нагорный Карабах, где шли бои, один из сотрудников службы безопасности был выделен специально для охраны журналистов. Он сидел в вертолете с автоматом в руках, при посадке выскакивал первым и в любую секунду был готов вступить в бой, чтобы защитить журналистов.

Работа в пресс-службах требует глубоких знаний и особых навыков. В ней немало и рутинного. Порой полдня приходится сидеть в приемной высокого начальника в ожидании обещанного интервью, да так и уйти не солоно хлебавши. Все случается – стоя наешься, сидя наспишься. Но тому, кто знает цену добытой информации, готов учиться постоянно и никогда не бывает доволен собой, она принесет немало творческой радости.

Радиожурналист в зарубежной командировке

Радиожурналист может выполнять разные роли: за рубежом – сотрудника пресс-группы, сопровождающей высокого чина; специального корреспондента, посланного на освещение конкретного события; и, наконец, постоянного корреспондента. В каждой из этих ролей есть свои особенности. Но начнем с общего.

Прежде всего, полезно вспомнить хорошо забытое прошлое. В истории отечественного радиовещания немало ярких страниц, написанных радиожурналистами-международниками. Владимир Дунаев, работая в Англии, Виталий Журкин – во Вьетнаме и в Индии, Валентин Зорин – в США, Фарид Сейфуль-Мулюков – на Ближнем Востоке, Владимир Цветов – в Японии (перечислять можно еще очень долго), до того как стали звездами первой величины на телеэкране или в науке, явили ярчайшие образцы современной радиожурналистики. Их опыт свидетельствует о важности профессионализма и специализации.

Первое требование, предъявляемое к журналистам-международникам, которое можно назвать обязательным, – отличное знание языка страны пребывания. В практике Всесоюзного радио были случаи, когда в арабские или африканские государства направлялись люди, владевшие только английским языком. Верхние слои общества во многих африканских странах имеют оксфордское образование, но основная масса населения говорит лишь на родном языке, и общаться приходится через переводчика, а при переводе, даже самом совершенном, исчезают аромат живой речи, нюансы мысли. Без этого журналистский материал мало чем отличается от чиновничьего отчета.

Не меньшее значение для успешной работы журналиста имеет знание страны пребывания. И речь здесь идет не только о государственном устройстве, основах внешней и внутренней политики и социальных отношениях, но и об истории, культуре, нравах и обычаях. Это обеспечит уважение местной публики, поможет избежать возможных неприятностей. Так, в Швеции легко попасть в неловкую ситуацию, если не знать, что ее жители почти никогда не говорят «нет», а выражают отрицание двусмысленным «м-м, да»: Если же швед в ответ на просьбу скажет: «Да, но это будет очень сложно», не тешьте себя иллюзиями – просьба невыполнима. В Болгарии при «нет» кивают, а при «да» покачивают головой из стороны в сторону. Сверхэмансипированные молодые немки и американки терпеть не могут, когда мужчина открывает им дверь, усматривая в этом ущемление своего равноправия. В Японии без требуемых местным этикетом бесконечных поклонов о плодотворной работе и говорить нечего.

Возможно, в США чтение стихов Уитмена и не произведет на американского собеседника впечатления: вряд ли он знает замечательного поэта своей страны, но в Германии Гёте, Шиллера, Гейне не только почитают, но и читают. Особенно уважительно к титанам культуры относятся в малых странах. В Норвегии – Грига и Ибсена, в Финляндии – Сибелиуса, в Венгрии – Петефи чтут все. Великие люди – гордость нации, и, чтобы ни в малейшей степени не ущемить ее, журналист обязан знать их. Это полезно всем вещающим и пишущим.

Сопровождение журналистом президента, главы правительства, министра предусматривает освещение встреч и бесед и подведение их итогов. От корреспондента в таких случаях требуется оперативность и политическая точность. За ним остается право оценки, но при условии безукоризненного изложения фактов и правильного понимания происходящего.

Жесткий график визита диктует ритм работы. Программы встреч на высшем уровне составляются предельно плотно. Одно событие накладывается на другое, пересекаясь при этом с так называемой «женской программой», в которой задействованы супруги глав государств. Иногда на «первую леди» перекладывают некоторые из политических функций. Так, во время первого визита Михаила Горбачева в ФРГ (1989) его супруга Раиса Максимовна в Штуккенброке возложила венок к памятнику, посещение которого до этого советские власти игнорировали по идеологическим причинам: на кладбище были похоронены те, кого сталинский режим называл предателями – узники лагеря для военнопленных, угнанные на подневольные работы; да и памятник воздвигли сами немцы, они же проделали гигантскую работу по установлению имен погибших. Все это никак не вписывалось в концепцию «германского реваншизма», составлявшую один из постулатов внешней политики СССР. Возложение венка стало актом политического признания невинных жертв и жестом благодарности воздвигшим его. Мимо такого события журналисту пройти было никак нельзя.

Но даже при отсутствии «женской программы» журналисты едва успевают попасть с одного события на другое, хотя транспортом в таких случаях их обеспечивают. Но как выкроить время для подготовки корреспонденции и передачи ее в редакцию – тут уж решает сам журналист. А редакция ждет не сетований на «нелегкую журналистскую судьбу», а добротный материал со звуками. Поэтому, памятуя прутковское «нельзя объять необъятное», полезно тщательно изучить программу визита и определить, когда допустимо сделать паузу в погоне за событиями, чтобы подготовить и передать оперативную корреспонденцию.

Дополнительные трудности в работе создает разница во времени. Когда происходит визит в одну из восточных стран, например в Китай или в Японию, условия самые благоприятные. Опережение московского времени на пять или шесть часов позволяет приготовить корреспонденцию о только что свершившихся событиях, рассказать, как местные политические и журналистские круги оценивают их, и передать свой материал в Москву, успевая к наиболее слушаемым утренним выпускам (те, кто спешат на работу, телевизор смотреть не могут). Из США приходится говорить о «вчерашнем», да и в утренний прямой эфир можно выйти только заполночь. Горячо любимое на радио слово «сегодня» здесь не годится, а «вчера» отдает запоздалостью. Выручает абстрактно-временная форма: «первый день переговоров», «второй» и так далее. В Западной Европе журналист вынужден вставать ни свет, ни заря: когда в Москве 8 часов утра, в Берлине всего 6. Значит, подготовить корреспонденцию следует накануне, да и проснуться полезно хотя бы минут за 40 до передачи, чтобы голос звучал бодро.

Дело чести каждой радиостанции быть первой. Однако следует соизмерять свои желания и возможности. Хорошо быть первым в сообщении о начале или конце переговоров глав государств, но вряд ли стоит особенно гнаться за оперативностью, когда речь идет об обычной, неэкстремальной встрече. Например, саммиты стали нормой, они проводятся регулярно, и сообщение «только что началась встреча президентов» никого не удивит. К тому же следует иметь в виду, что за протокольной частью внимательно следит ИТАР-ТАСС, который на встречи на высшем уровне направляет целые бригады, первым получает информацию из официальных источников и незамедлительно выдает ее на ленту. В одиночку состязаться с коллегами непродуктивно. Не стоит забывать также, что слушателям важно знать, о чем шла речь на встрече и ее результат, а не когда она началась и закончилась.

Сенсацией может быть то, что встреча не началась в урочный час. В таком случае надо незамедлительно объяснить, почему это произошло и какого развития событий можно ожидать, ведь причины отсрочки могут быть самые разные (или одного из собеседников задержало срочное сообщение из собственной страны, где произошло непредвиденное событие вроде землетрясения, или здоровье подвело и т.п.). Но бывает, что отсрочка, а то и отмена встречи вызваны политическими причинами. Поэтому следить за выполнением графика необходимо. Если же все идет своим чередом, полезнее, пожалуй, сосредоточиться на подготовке аналитической корреспонденции, в которой радиожурналист первым подведет итоги и выскажет свое мнение по данной проблеме. Вот тут-то он и получает возможность быть первым. Официальное сообщение изобилует общими фразами, стандартными формулировками, а журналист призван перевести протокольный, деловой стиль в более доступный и понятный, растолковать, как следует понимать ту или иную фразу. Естественно, для этого необходимо глубокое знание предмета, и здесь поможет специализация.

В итоговой корреспонденции особенно важен живой голос министра иностранных дел или пресс-секретаря президента. Это придаст документальность материалу и подтвердит, что журналист свои выводы сделал обоснованно. А это дорогого стоит.

В былые времена в США посылали американистов, в ФРГ или ГДР – германистов, в Китай – китаистов и так далее. Этот принцип обеспечивал выполнение обоих указанных выше требований: знания языка и страны.

Можно услышать мнение, что при освещении визитов знание языка вовсе не обязательно, дескать, самое главное – изложить российскую позицию, а наши говорят по-русски. Для «паркетных» журналистов, которые видят свою задачу в восхвалении власть

предержащих, это, может быть, и верно. Если их вполне удовлетворяет уровень беседы типа: «Борис Николаевич, Вам понравилось немецкое пиво?» (вопрос был задан корреспондентом весьма уважаемой столичной газеты во время визита президента России в Германию в 1994 году), знание немецкого языка может оказаться даже обременительным. Но как можно судить о переговорах, если о позиции другой стороны имеешь самые смутные представления? На итоговой пресс-конференции перевод обеспечивается высококачественный, однако не было еще в истории случая, чтобы политические деятели публично раскрывали карты. Необходимо заглянуть «за кулисы», а как можно сделать это без знания языка?

У немцев существует правило: канцлер, министр иностранных дел, другие члены правительства после переговоров проводят специальную пресс-конференцию для журналистов-соотечественников. В отличие от американцев, которые на подобные мероприятия иностранцев не допускают, немцы заслон у дверей не выставляют. Послушать очень полезно: на таких пресс-конференциях говорят не то же самое, что для всех. Немало важной информации можно почерпнуть также из местных газет, которые имеют свои источники, обеспечивающие их информацией о том, что происходит в «закулисье». Большую пользу дают беседы с зарубежными коллегами. Время, когда каждый контакт с ними следовало «согласовывать», кануло в Лету.

Дополнить картину может прямая речь иностранного собеседника нашего государственного деятеля. Идеально взять у него или близкого к нему человека интервью, но без знания языка это окажется несбыточной мечтой.

И еще немаловажно помнить: журналист на визите непременно участвует в протокольных мероприятиях, и одет он должен быть так, как требует того протокол. Вовсе не обязательно везти с собой целый гардероб, но свежая сорочка на каждый день и разные галстуки даже при одном костюме темных тонов решат проблему.

Иная роль у специального корреспондента, которого посылают на юбилейные торжества или международные конференции, в места катастроф и военных действий. Естественно, универсальных советов для столь разных ситуаций быть не может, но общее требование все то же: знание языка и страны пребывания.

Журналисту, на короткое время приезжающему в чужую страну и пораженному витринной стороной тамошней жизни, следует помнить, что с преступностью и там не все благополучно (в конференц-зале германского бундестага что называется прямо на глазах у почтенной публики у американского радиожурналиста был похищен магнитофон). В гостинице вещи оставить можно, но паспорт лучше всегда держать при себе.

На крупных событиях действуют пресс-центры. Прежде всего, необходимо аккредитоваться и получить все имеющиеся в наличии материалы. Вариант освещения события на английском языке будет обязательно. По ходу работы конференции выпускаются пресс-релизы. Они тоже могут оказаться серьезным подспорьем в работе. Если на пленарные заседания теоретически поспеть можно, то посетить заседания комиссий и подкомиссий физически нереально. Ориентироваться следует в первую очередь на те мероприятия, в которых участвуют представители России. С ними полезно установить самый тесный контакт. Как бы основательно журналист ни готовился к поездке, он не может так глубоко знать обсуждаемую проблему, как знают ее специалисты. В коротком интервью для эфира они четко изложат суть вопроса, а в доверительной беседе дадут ясные ориентиры.

В зарубежные зоны бедствий корреспонденты, как правило, попадают вместе со специалистами из Министерства по чрезвычайным ситуациям (на самолете МЧС). Действовать в данном случае следует по их правилам. Они и помогут, и от беды предостерегут.

А, попадая на войну, корреспондент должен помнить, что даже самый сенсационный репортаж не стоит человеческой крови. Это не значит, что ему следует проявлять трусость, но и бездумная храбрость недопустима.

И третья роль журналиста – работа в качестве корреспондента, который приехал в чужую страну на длительный срок.

К поездке журналист готовится заранее. Конечно, книжные знания и личные впечатления не одно и то же. Любая книга, даже стандартный учебник, несет на себе печать взглядов автора. Знать их необходимо, но вряд ли стоит принимать за истину в последней инстанции. Журналисту полезно исходить из того, что таковых истин вообще не существует. Но и свое мнение он может сформировать только на основе изучения всего, что написано по данному вопросу.

А по прибытии в чужую страну в первую очередь надо аккредитоваться. Но недостаточно только зарегистрироваться (это обязательно для всех иностранцев), необходимо еще получить возможность регулярного доступа в пресс-центры правительства, Министерства иностранных дел и т.д. Первейшая задача собственного корреспондента – добывание информации. Следовательно, ему следует позаботиться о доступе ко всем ее источникам.

В середине 90-х годов группа журналистов, сопровождавших министра иностранных дел, прибыла в Вашингтон. «Свиту» на пресс-конференцию в государственном департаменте пропускали по списку. Среди коллег был и постоянный корреспондент одного из московских средств массовой информации. Но он не прошел, поскольку в списке его не оказалось. Посольство занималось только прибывшими с министром, а постоянной аккредитацией он за два года не удосужился обзавестись: на регулярные пресс-конференции его и так приглашали, как будто бы и заботиться не о чем, но оказалось, что есть о чем.

В России бытует выражение: «Тот прав, у кого больше прав». По сути, оно носит универсальный характер. Правами в форме документов в любой стране следует обеспечить себя сполна.

Полезно далее установить контакты и с местными коллегами-журналистами. В цивилизованных странах активно функционируют пресс-клубы, Дома журналистов. В Швеции, где население составляет 10 млн. человек, Дом журналиста занимает пятиэтажное здание на главной улице Стокгольма. Там и отдохнуть можно, и пообщаться. И хотя никто никогда не провозглашал лозунг «Журналисты всех стран, объединяйтесь!», между ними существуют невидимые, но крепкие корпоративные связи. Этим чувством взаимного притяжения ни в коем случае нельзя злоупотреблять, но пользу извлечь можно, и немалую. К примеру, что «готовится» на политической кухне страны – местные журналисты, конечно же, знают лучше, чем иностранцы, и не делают из этого большого секрета. Государственных тайн никто не раскроет (да журналисту и гоняться за ними не стоит, это задача других служб), но подробности, о которых знают только местные жители, коллеги изложат в наилучшем виде.

Особо стоит сказать об отношениях собкоров и спецкоров с посольством России. С коммунистических времен у многих журналистов-международников одно упоминание о посольстве вызывает нечто вроде аллергии – реакция вполне объяснимая. Пресс-атташе выступал в роли надсмотрщика, а посол вел себя как Бог, царь и воинский начальник. Одно негативное письмо из посольства – и конец карьере. К этому добавлялась ревность дипломатов к журналистам: сотрудники посольств жили в «гетто», которое могли покидать только с разрешения офицера безопасности, а уж поездка по стране была несбыточной мечтой.

Журналисты же проживали обычно среди местного населения, их свобода передвижения ограничивалась только законами страны пребывания. Неудивительно, что от посещения посольств они удовольствия не получали. Прошло время. Другой стала наша страна, изменились и посольства, поскольку изменились сами дипломаты. Сегодня ни один посол не вздумает давать журналистам «ценные указания». Нет и ревности: дипломаты чувствуют себя свободными, как и журналисты. Самое же важное заключается в том, что изменился сам принцип их отношений: посольство стало подлинным представительством по защите прав и интересов соотечественников, в том числе и журналистов. Если раньше оно жестко их контролировало, то теперь помогает им. Сотрудники посольств знают о многом, но лишнего не скажут, однако могут дать информацию, на собирание которой у журналиста уйдет не один месяц.

Хорошо, если о контактах с посольством можно позаботиться заранее. Журналисту-международнику, работающему в Москве, полезно регулярно общаться не только с сотрудниками Департамента информации и печати, но и с работниками отраслевых служб. Мидовцы (и это тоже существенное отличие от прежних, громыковских времен) всегда готовы поделиться сведениями. А за рубежом даже малознакомые на Родине люди (уж таков, видимо, наш национальный характер) встречаются как закадычные друзья.

Сотрудники посольства могут стать источником не только доверительной, но и публичной информации. Они не избегают интервью, готовы ответить на конкретные вопросы.

Произошло, к примеру, стихийное бедствие. Первый вопрос, который волнует россиян: не пострадали ли соотечественники? Наиболее достоверной информацией располагает консульская служба. Ее руководитель всегда поделится имеющимися данными. По политическим вопросам можно обращаться к послу. Надо только иметь в виду, что в случае, если он отказывается дать ответ для радиостанции, значит, у него для этого есть веские причины.

Посольство (позволим себе повторить прописную истину) представляет интересы государства, но из этого вовсе не следует, что оно неприкасаемо. Если есть за что критиковать, то молчать не надо. Предположим, пришел в посольство российский гражданин за помощью, а его выставили за дверь. О таком факте рассказать не только можно, но и нужно. Если же речь идет о государственных интересах, корреспонденту за рубежом следует ориентироваться на решение посольства.

Этот принцип не должен восприниматься как догма. Например, в посольстве рекомендуют не обращать внимания на публикации в местной прессе о коррупции в высших эшелонах власти в России. В этом случае журналист вправе поступать по собственному разумению. Интересы власти и интересы государства – не одно и то же, хотя власть часто совмещает эти понятия. Могут быть различные взгляды и на вопрос об отношениях России с теми или иными международными институтами. Не секрет, что в

нашем обществе существуют диаметрально противоположные взгляды на отношения России с НАТО.

Журналисту вовсе не обязательно подстраиваться под колебания официальной политики. За ним всегда остается право на собственное мнение. Не стоит только возводить его в абсолют. Выводы пусть делают сами радиослушатели.

Постоянный корреспондент должен успевать везде. Немало есть событий, о которых сообщают все СМИ. Например, правительственный кризис или политический скандал притягивают все средства массовой информации. Освещать такие события – дело необходимое, но особого таланта не требует, одной сноровки достаточно. Подлинное искусство журналиста проявляется в тех случаях, когда он не идет за событиями, а талантливо подает как событие то, мимо чего равнодушно проходят коллеги, склонные рассматривать журналистскую профессию как ремесло. Талантливый журналист сумеет «раскопать» и нестандартную тему и найдет информационный к ней повод.

Допустим, в Норвегии начинается новый учебный год. Происходит это регулярно, но время вносит коррективы в школьное образование. В конце 90-х годов в Норвегии развернулась острая дискуссия: как и чему, учить детей. Одни высказывали мнение, что всех следует обучать одинаково, дескать, нужно обеспечивать равенство, и отказаться от выставления оценок (в младших классах их давно не ставят). Другие говорили, что отказ от учета индивидуальных способностей учеников может пагубно сказаться на формировании личности, а, отказавшись от оценок, нельзя будет получить представление о знаниях абитуриентов. Вопрос, какой быть школе, остро стоит и в России. Как он решается в других странах – интересует всех мам и пап вместе с бабушками и дедушками. Материал на эту тему обречен на успех у радиослушателей. Но успех будет куда эффективнее, если сделать его по всем канонам радиожурналистики: со звуками, воспроизводящими школьную обстановку, с помощью интервью с заинтересованными людьми, в том числе и со школьниками. Такой материал «схватит радиослушателей за ухо», к нему будет обеспечено внимание, и слушатели получат ценную информацию, которая позволит им самим подумать и сформировать собственное мнение. Такой материал сыграет важную общественную роль: он даст возможность многим людям судить о проблемах школы предметно и осознанно.

Слушателей интересует практически все: как в других странах работают и отдыхают, какие проблемы волнуют местных жителей. Идеального общества люди еще нигде не создали. Проблемой, которая тревожит весь цивилизованный мир, стала наркомания. Это страшное явление не обошло стороной и Россию. Знать, что и как делается для преодоления зла в других странах, полезно и поучительно.

В благополучной по самым строгим меркам Швеции налоги составляют до 60%, в соседней Норвегии все платят казне половину заработанного. А люди – улыбчивые и приветливые. Видно, что проблемы не угнетают их. И после уплаты огромных налогов остается завидная по российским стандартам сумма. Однако вопрос, куда идут собранные налоги, ставится все острее. Люди хотят знать не только, как и на что расходуются государственные доходы, а и насколько целесообразны и справедливы эти траты. И горе правительству, которое попытается отмахнуться от законных требований избирателей.

Эти внутренние проблемы представляют для россиян отнюдь не академический интерес. Ответственность власти, права граждан – это все то, о чем мы говорим как о цели, до которой идти далеко. Чужой опыт, чужая практика могут помочь в решении отечественных проблем. И журналист за рубежом призван содействовать этому.

Можно ли себе представить, что электричка, уже тронувшаяся в путь, остановилась, чтобы посадить опоздавшего пассажира? В странах же, где железные дороги, как и вся сфера обслуживания, ориентированы не на абстрактное население, а на каждого человека, это норма. И как красочно может подать это радиожурналист!

Слышится сигнал кондуктора, закрываются двери, электричка трогается в путь – и тут громыхают башмаки пассажира, догоняющего поезд. Поезд останавливается, пассажир, произнося слова благодарности, вскакивает в вагон, и колеса быстро набирают скорость. Все эти звуки займут считанные секунды, но они создадут яркую звуковую картину. Журналисту останется только прокомментировать происшедшее, а вывод: «У нас бы так» – можно и не делать – он напрашивается сам собой.

Корреспондент призван видеть все стороны жизни: и вызывающие чувство здоровой зависти, и негативные. Было время, когда едва ли ни каждая вторая корреспонденция из-за рубежа посвящалась так называемым «классовым боям». Теперь об этом ни слова. А стачки, демонстрации не прекратились. Ежегодное заключение тарифных соглашений проходит далеко не безоблачно – предприниматели стремятся прибавку к зарплате сделать поменьше, а трудящиеся требуют, чтобы она заметно превышала уровень инфляции. В качестве аргумента прибегают и к забастовкам. Репортаж с интервью участников стачки может быть весьма поучительным. Раньше за конкретные цифры беспощадно карали – они показывали, что эксплуатация в Советском Союзе в несколько раз выше, чем в странах Запада. Так, однажды журналист был подвергнут резкой критике на совещании в ЦК за то, что упомянул, как безработный американец африканского происхождения вынужден каждый день на стареньком автомобиле колесить по округе в радиусе 100 миль в поисках работы. Секретарь ЦК метал громы и молнии: как можно писать, что у безработного негра есть автомобиль?! Своеобразная (тогда говорили «классовая») логика в его рассуждениях была: действительно, что подумает советский рабочий, для которого автомобиль – несбыточная мечта?

Неисчерпаемый кладезь тем дает история. Нет такой страны, с которой у России не было бы долголетних отношений. На Западе к прошлому относятся трепетно, его хранят и помнят. Любая немецкая деревня имеет писаную историю. А про замки и говорить нечего. В «хронологической пыли» скрыты подлинные жемчужины.

Есть в практической журналистике такое определение – «ин-тересенки», подразумевающее курьезы, сообщения для любознательных (то же лохнесское чудище: сколько о нем написано-наговорено, а загадка так и не раскрыта). Вот только к светской хронике следует относиться осторожно. Не надо забывать, что жаждущие подглядывать в замочную скважину – не лучшая часть человечества и потрафлять низменным чувствам – значит опускаться до уровня обладателей таких чувств. Гибель принцессы Дианы – трагедия, перед которой склонили головы миллионы людей. Ее освещению уделили первостепенное внимание все средства массовой информации, но подробности ее личной жизни – неприкосновенны.

Постоянный корреспондент обладает уникальной в журналистской профессии возможностью самостоятельно распоряжаться своим временем. Если использовать это время разумно, можно сделать так, чтобы любой материал не просто звучал, а прозвучал в эфире, оставляя раскатистое эхо!

Радиожурналист в парламенте

Радиокорреспондент в Государственной Думе России – парламентский корреспондент, представитель парламентской журналистики. Это направление работы журналиста получило в последние годы значительное развитие, роль его в общей системе СМИ увеличивается.

Термин «парламентская журналистика» употребляется в разных значениях. Наиболее общее из них – это журналистика (печать, радио, телевидение, информационные агентства, Интернет), освещающая деятельность представительной (независимо от уровня) системы власти. Иногда под парламентской журналистикой понимают все материалы СМИ, относящиеся к теме «представительная власть». Но чаще всего имеется в виду особая специализация журналистики (программы, рубрики; штатные работники редакций; система аккредитации; творческие и профессиональные объединения; семинары и спецкурсы в учебных заведениях и т.д.). И, наконец, в узком, прямом смысле парламентская журналистика – это журналистика самого парламента, т.е. СМИ, учредителем которых он является («Парламентская газета», «Парламентский час» на ТВ, «Парламентский голос», «Парламентская неделя: события и факты» на радио).

Главная задача парламентских радиокорреспондентов – всесторонне, объективно, доступно для аудитории освещать деятельность представительного органа власти (мы будем говорить преимущественно о Государственной Думе). Эта, казалось бы, простая задача необычайно сложна по причинам и общеполитического, и творческого характера. Не случайно в Федеральном законе Российской Федерации «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» (от 15 декабря 1994 года) подробно расписаны различные аспекты парламентской аудиовизуальной журналистики (основные направления, организация работы, количество передач и даже отдельные жанры), что подчеркивает значение парламентской журналистики в обществе. Заметим, что в Законе речь идет о государственных СМИ. Но парламентская тема активно разрабатывается и в коммерческих, и в муниципальных средствах массовой информации.

Представительная система власти – неотъемлемый атрибут всего социального организма. Так или иначе она касается жизни всего общества (а значит, и аудитории) и отдельных граждан. СМИ в свою очередь – один из главных механизмов жизнедеятельности этой ветви власти, без которого понятие «парламентаризм» фактически теряет всякий смысл. Поэтому парламентская радиожурналистика выполняет на практике большинство социальных функций СМИ, конечно, в своих формах. Радиокорреспондент в Думе информирует, агитирует, ведет пропаганду, воспитывает, просвещает, рекламирует и, разумеется, выражает и формирует общественное мнение. (Госдума по своему назначению не что иное, как орган общественного мнения.) Естественно, в каждом конкретном случае (материалы, журналистские акции) реализуются чаще всего только отдельные из них. Реализуются объективно, независимо от того, насколько осознанно относится к этому сам журналист.

Парламентской радиожурналистике присущ целый ряд дисфункциональных явлений. Мы еще вернемся ко всем этим вопросам.

Организация работы парламентского корреспондента начинается с принятия соответствующего решения редакции. Уже на этой, «внедумской», стадии следует решить несколько вопросов. Во-первых, выяснить, чего ждет редакция от своего будущего парламентского корреспондента. Обычно это задание формулирует ответственный работник

редакции, направляющий сотрудника в Думу. Но бывает и по-другому. И здесь нельзя ограничиться заданием типа «освещать работу Думы».

Каждая редакция занимает определенную политическую позицию. Парламентский корреспондент должен иметь четкие политические установки и твердо знать, какого рода материалы и в какие сроки ему следует поставлять в редакцию.

Во-вторых, необходимо заранее пополнить свои знания о Думе, ее деятельности, структуре и организации. Полезно было бы изучить соответствующую «памятку», но таковой, к сожалению, не существует. В некоторых редакциях есть досье. Нужен первоначальный запас таких знаний (потом они многократно возрастут), это поможет с достоинством представлять в Думе редакцию, работников аппарата, коллег-журналистов.

В-третьих, насколько возможно, следует изучить деятельность своих предшественников, если они были, и коллег из других СМИ (лучше, конечно, перенимать опыт в процессе личного общения с коллегами). Это поможет избежать многих недоразумений. Стоило бы ознакомиться с теоретическими и учебными работами по парламентской журналистике, правда, их мало и они труднодоступны.

Думская деятельность корреспондента начинается с аккредитации. Существуют два ее вида: персональная для журналистов, направляемых на постоянную работу в Думу, и на предъявителя («пудовая»), когда карточка принадлежит редакции, направляющей корреспондентов на специальные задания. Право аккредитации закреплено законом (определены соответствующие квоты для различных СМИ). Ее проводит Пресс-центр, который должен помогать повседневной деятельности парламентских корреспондентов. Он ведет отслеживание (мониторинг) публикаций и выступлений парламентских корреспондентов. Пресс-центр – важный источник информации (именно в журналистском аспекте) о думской деятельности. Журналисту необходимо поддерживать хорошие деловые отношения с его работниками. Приступив к работе, корреспондент попадает не только в напряженную политическую среду, но и в сообщество коллег-журналистов – в этом своеобразие деятельности парламентского корреспондента. В Думе постоянно было аккредитовано свыше полутора сотен журналистов. Каждый из них, конечно, ответствен перед своей редакцией, но все они работают на едином объекте, буквально бок о бок: их объединяет одна тема, одни люди, один главный «рабочий» зал. И хотя корреспонденты не связаны друг с другом формальными отношениями, их профессиональные отношения должны быть налажены (несмотря на фактор соревновательности и конкуренции). Впоследствии эти отношения складываются и оформляются в творческие организации парламентских корреспондентов.

Ежедневный график работы парламентского корреспондента определяется тремя факторами: работой Думы, плановой и чрезвычайной; работой представляемого журналистом СМИ (программа передач); техническими возможностями, которыми располагает редакция и парламентский корреспондент. Все это определяет, когда и какого рода информацию должен выдать журналист.

Источников информации много, и они разнообразны. Прежде всего, это пленарные заседания Госдумы. Большинство журналистов отслеживает их по мониторам в специальном зале, где также установлены и телефонные аппараты. Корреспонденты записывают все заседание или его фрагменты на магнитофоны и диктофоны, поддерживают связь с редакциями. Часто журналист передает информацию о важном решении, заявлении, конфликте, не успевая даже сделать записи. Имеет большое значение горящая новость. Иногда она идет прямо в эфир.

Существует так называемый «правительственный час» – специально отведенное (в конце заседания) время для общения депутатов с правительством. Обсуждается обычно «горячая» тема. Это информация из первых рук, и журналист не должен ее пропустить. Каждодневная, рутинная работа проходит в комитетах и комиссиях. Журналисты выбирают их в зависимости от профиля редакции (экономика, военная политика, проблемы семьи, молодежи и т.д.) и значимости обсуждающегося вопроса (например, бюджет). Депутаты – члены комитетов и журналисты, их посещающие, хорошо знают друг друга.

Регулярно проводятся парламентские слушания – еще один источник информации по различным проблемам (например, «Интернет в России»). Слушания готовят профильные комитеты. Основное в их работе – привлечение внимания специалистов и общественности к данной проблеме. Журналист может получить здесь актуальную, часто и уникальную информацию. Много информации дают заседания фракций. Присутствие на них журналистов зависит от воли депутатов – заинтересована ли фракция в распространении информации, какой именно, в каком свете и т.д.

Наконец, неиссякаемый источник информации – сам депутатский корпус. Каждый депутат – носитель важных для общества сведений. И каждый журналист знает своих депутатов-информаторов. Но постоянно возникает вопрос об оценке качества информации. Корреспондент, если провести сравнение, вроде фильтра, очищающего воду от вредных примесей. О критериях оценки информации уже говорилось в других разделах учебника. Напомним главные: важна ее актуальность, объективность и достоверность. Задача журналиста – сделать информацию доступной радиослушателям.

Информацию, полученную в Думе, можно разделить на две группы: зафиксированную в текстах (письменных, аудиовизуальных) и устную. Разговор об этом и об источниках информации (все взаимосвязано) продолжим при обсуждении методов ее получения. О них шла речь и в других главах и разделах книги. Обратим внимание на специфику думской информации.

В Думе постоянно создается и распространяется огромное количество документов (гигантский документооборот). Начинающему корреспонденту бывает нелегко сориентироваться в их потоке. Что здесь посоветовать? Прежде всего, быстро научиться различать документы. Одни относятся к деятельности самой Думы, к организации и порядку ее работы, например «Повестка дня» предстоящего заседания, принимаемая, как правило, накануне Советом Думы. Желательно раздобыть ее как можно раньше. Это и информация для массовой аудитории («Сегодня Дума намерена рассмотреть...»), и план работы корреспондента на предстоящий день. Есть планы парламентских слушаний, пресс-конференций и т.д.

Другая группа документов (самая важная и значительная по объему) связана с законотворческой и иной деятельностью, значимой как для страны в целом, так и для отдельных ее регионов и социальных групп, например необъятный корпус документов, связанных с бюджетом страны (пожалуй, самый значительный по объему и сложный по содержанию).

Если материалы первой группы интересны для каждого журналиста (что предложить редакции, как построить в связи с этим рабочий день), то значение документов второй группы зависит от специфики органа, который представляет журналист (экономика, политика, экология и т.д.). Корреспондент решает, какие документы ему следует достать, с чем ознакомиться в первую очередь. Здесь помогут опыт, навыки, умение. Нужно

оперативно, как правило, при остром дефиците времени понять суть документа, схватить главное, выбрать ключевую цитату и, переложив в расчете на массовую аудиторию, сообщить в редакцию. По сути дела, журналист проводит первоначальную сложную и ответственную аналитическую работу. (Как известно, фрагменты записей с заседаний Госдумы, которые часто дают корреспонденты во время прямых эфирных включений, не только повышают достоверность и эмоциональность оперативного материала, но и в свою очередь объективно становятся звуковым документом.)

Парламентский корреспондент изо дня в день накапливает знания, знакомится с новыми фактами, деталями и подробностями, а вместе с этим начинает уверенно ориентироваться в думских ситуациях и коллизиях. Его уже не захватит врасплох и новый состав Думы. Наблюдение применяется им в совокупности с другими методами. Каждый метод сбора информации имеет свои особенности в зависимости от сферы деятельности, в которой он применяется. Если говорить о Думе, – это фиксированное место (Дума в целом) и устойчивый круг наблюдаемых объектов (следуя сухой научной терминологии).

В общем можно назвать две их группы: люди и процессы, действия. Внимание журналистов постоянно привлекает поведение того или иного депутата, политическое и «бытовое». Опытный журналист знает, чего можно ожидать от думского работника (как знает это и его редакция, и аудитория). Но в этом скрыта опасность, связанная с возникновением стереотипа восприятия. Привычное, ожидаемое может отвлечь внимание от важного, скрытого за будничным.

Второй круг наблюдаемых объектов – это действия, процессы. Главный из них – процесс законотворчества. Он имеет свои правила, нормы, этапы, особенности (для журналиста – это вехи наблюдения). Грамотное отслеживание и соответственно доведение до аудитории этих процессов приходят с опытом.

Законотворчество – процесс сложный. Есть немало особенностей законотворчества в зависимости от характера разрабатываемых законов. Парламентские корреспонденты специализируются на тех или иных (например, журналисты-знатоки «бюджетного процесса», их информацией, чаще через информационные агентства, пользуются другие СМИ).

Корреспонденту необходимо знание процесса законотворчества, конкретных действий и процедур, и в первую очередь – повестки дня. В зависимости от ее характера он концентрирует свое внимание на определенном объекте или «берет паузу», расслабляется. Наличие у него в руках пакета рассматриваемых документов (проектов законов, например) дает возможность варьировать свое поведение. Но ход заседаний может резко измениться (стрессовые политические ситуации, столкновения между фракциями и отдельными депутатами и т.д.). Этот момент парламентский корреспондент не должен пропустить, чтобы кто-то из коллег не успел сообщить об этом раньше. Редакция таких промахов не прощает.

Визуальная, видеосторона – область деятельности ТВ. Радиокорреспондент может передать ситуацию только словами. Тем важнее становится все, что касается звукового (аудио) аспекта. В первую очередь большую роль здесь играют особенности речи журналиста: логичность, информативность, эмоциональность, словарный состав, интонация, тембр, темп и т.д. Все это – важный критерий приглашения собеседника к микрофону. При этом следует учитывать существующее различие в поведении не только отдельных депутатов, «личностей», но и их групп – депутатских фракций, объединений (КПРФ, «Яблоко», ЛДПР – «жириновцы»).

Особенность парламентского интервью связана с тем, что журналисту необходимо знать политическую позицию (общую и ситуативную) интервьюируемого: какую фракцию, группу он представляет. В зависимости от этого можно задавать те или иные вопросы, учитывая при этом, от себя лично говорит депутат или от имени фракции, т.е. интервьюер должен просчитывать мотивы интервьюируемого.

«Думское» интервью отличается повышенной оперативностью («получил – передал»), кроме того, журналист часто действует в стрессовой ситуации.

Информация, только что полученная в ходе интервью, бывает иногда значимой для многотысячной, если не многомиллионной аудитории (отсюда соответственно груз ответственности на интервьюере – парламентском корреспонденте).

В работе думского корреспондента существенна такая разновидность интервью, как протокольное, когда надо точно передать ответы на вопросы (обычно их мало, они кратки) того или иного политического деятеля. Сбор информации методом интервью важен особенно в том случае, когда журналист не имеет возможности присутствовать на месте события (например, на закрытом заседании палаты или комитета), – тогда задаются вопросы участникам такого заседания или коллегам-журналистам, присутствовавшим на нем.

Коллективное интервью встречается, пожалуй, не реже. Политического деятеля, попадающего в поле зрения журналистов, засыпают градом вопросов при выходе из зала заседания. К организованным формам коллективного интервью относятся брифинги и пресс-конференции. Инициатором их выступают источники информации (отдельные лица или группы). Обе формы близки одна к другой. Разница состоит в том, что брифинг в России устраивается для специально приглашенных, избранных, «для своих»; пресс-конференция – для всех. Перед пресс-конференцией следует подготовить и даже согласовать с редакцией свои вопросы. Их задают от имени представляемого корреспондентом органа.

Существуют определенные нормы и правила профессионального поведения журналиста в ходе пресс-конференции: желательно делать заметки в блокноте, не надеясь только на магнитофонную запись; обязательно получить документы – пресс-релиз, заявление и т.п.; своевременно занять очередь у микрофона, откуда задаются вопросы; задавая вопрос, следует представиться, попросить разъяснения, в случае неясности ответа, поблагодарить; задавать только один вопрос, если же их несколько, лучше заранее скооперироваться с коллегами. По окончании пресс-конференции журналисты тут же пытаются получить эксклюзивное интервью. К этому следует быть готовым и не упустить момент.

К общим рекомендациям освещения пресс-конференции относятся следующие: корреспондент должен назвать тему, представить участников, обрисовать обстановку.

Дума полна «экспериментальных ситуаций». Это – часть процесса сложной политической борьбы. Опытный журналист – свидетель, участник подобной ситуации – извлекает из нее много ценной актуальной информации, которую ждет многочисленная аудитория, тем более когда подобные ситуации создают напряжение во всем обществе. Назовем некоторые существенные аспекты такой ситуации.

По чьей инициативе она возникла? Конкретных инициаторов может быть множество, и чаще всего они остаются в тени. Формы ее проявления разнообразны. Наиболее известен,

быть может, так называемый «пробный шар»: вбрасывается определенная информация (обычно через СМИ), изучается реакция на нее. Парламентские корреспонденты, как правило, знают таких «выбрасывателей информации» (и тех, кто «допускает» ее утечку), эти персонажи выполняют как бы особые амплуа. Но иногда и СМИ пытаются выяснить реакцию Думы, отдельных групп и людей, выдавая информацию, имеющую именно подобную «провоцирующую» цель. Бывает и так, что нужно испробовать ту или иную форму журналистской деятельности – примером может служить радиомост в прямом эфире «Госдума – Магнитогорск».

К числу политических экспериментов всероссийского масштаба можно отнести кампанию за импичмент президента (май 1999 года). Ситуация в целом была новой для нашего общества (стопроцентно экспериментальная). Кто и как в ней себя поведет, какие последствия она будет иметь, – заранее не было известно. СМИ играли в процессе кампании важнейшую роль. Это был, можно сказать, информационный процесс огромной мощности и напряжения.

Формы и жанры парламентской журналистики разнообразны, хотя в целом и повторяют общепринятые. Выбор их, казалось бы, прерогатива журналистов, однако на одной из них настаивает упоминавшийся выше Федеральный закон. Согласно ему, «СМИ должны не реже одного раза в месяц выпускать в эфир по одному из общероссийских телеканалов и по одному из общероссийских радиоканалов программы дебатов представителей депутатских объединений в Государственной Думе». Отмечены и два непреложных правила: «журналист обязан обеспечивать равные условия для участников дебатов»; «участники дебатов обязаны... не допускать оскорбительных высказываний в отношении друг друга».

Парламентская журналистика сложна и ответственна. Но это хорошая школа для любого журналиста, где бы он ни работал в дальнейшем. Журналист расширяет свой кругозор, видит политику изнутри, увеличивает круг знакомств, приобретает навыки оперативной и самостоятельной работы, наконец, знакомится с опытом своих коллег.

Дума – место, где делаются политические карьеры, и журналистские в том числе.

ГЛАВА 6

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ СТРУКТУРЫ РАДИОВЕЩАНИЯ И ОСНОВЫ ПРОГРАММИРОВАНИЯ

На рубеже XX и XXI веков организация радиовещания начала претерпевать быстрые изменения, особенно в нашей стране. Проследить и зафиксировать с необходимой точностью и четкостью наиболее оптимальные и стабильные оргструктуры эфирного производства стало трудно. Эволюция административно-технологических характеристик получила такое ускорение, что правомерно говорить лишь о тенденциях в организации вещания. Остановимся на причинах революционных преобразований в радиовещании и выделим две основные.

Первая – технический прогресс, прежде всего компьютеризация и связанная с ней новая аппаратура звукозаписи и монтажа, вызвал перестройку всей технологической цепочки в журналистской работе, начинающейся со сбора информации и далее – монтажа, верстки передачи и выпуска ее в эфир. Намного сократилось время, необходимое для осмысления и обработки информации. Если раньше, для того чтобы прокомментировать какой-либо важный факт из области политики, экономики, культурной жизни или спорта, журналисту надо было обращаться к справочному материалу, находящемуся в библиотеке, или справочной службе, то сейчас в распоряжении любого профессионала есть банк данных, хранящихся в его личном компьютере.

Компьютерный монтаж в несколько десятков раз ускоряет процесс подготовки пленки к эфиру по сравнению с тем, как это было в условиях «ручной склейки». Наконец, новое поколение репортерских магнитофонов позволяет делать записи в таких композициях и такого качества звучания, что их можно передавать в эфир без дополнительной обработки.

Вторая причина преобразований социального характера. К середине 60-х годов в общественном мнении утвердилась точка зрения, согласно которой «в самое ближайшее время радио сдаст свои информационно-просветительские позиции, полностью уступив их телевидению и домашнему видео». Это утверждение казалось аксиомой. И только самые проницательные социологи и организаторы массового вещания прислушались к предупреждению, которое в то время высказали немецкие ученые Х. Байнхауэр и Э. Шмакке в обширном труде-предсказании «Мир в 2000 году». Говоря о взаимоотношениях радио и телевидения, исследователи подчеркивали: «Никаких серьезных изменений в этой области не произойдет, хотя и предусмотрено дальнейшее расширение телевизионной сети и увеличение объема передач по каналам телевидения. *Единственной* уступкой радиовещания будет разработка новой структуры его программ».

Это предсказание сбылось полностью, и со второй половины 80-х годов мир стал свидетелем не сокращения, а расширения радиовещания, увеличения числа радиостанций, а следовательно, появления и утверждения новых организационных признаков и принципов. Этот процесс имел общепланетарный характер.

В нашей стране он был связан еще и с теми колоссальными социально-политическими переменами, которые происходили после распада Советского Союза и перестройки государственной системы России. За отказом от диктатуры Коммунистической партии последовал отказ государства от монополии на эфир, что означало появление вещательных организаций разного типа и по назначению, и по структуре.

Типовая структура государственной радиовещательной организации и особенности «тематического планирования»

В течение десятилетий у нас в стране государственное вещание – Всесоюзное радио – в организационном плане представляло собой часть огромной структуры, на которую были возложены в полном объеме все без исключения вопросы материально-технического обеспечения вещания, планирование и подготовка передач, идеологический контроль за ними, подбор и переподготовка кадров, международные связи и руководство местными вещательными организациями.

Всесоюзное радио – группа подразделений Гостелерадио СССР, которая занималась непосредственно вещанием на страну, – состояло из Главных редакций и Программной дирекции.

Главные редакции создавались по направлениям (видам) вещания. Эти направления определялись тематическими или адресными признаками: Главная редакция информации, Главная редакция пропаганды, Главная редакция литературно-драматического вещания, Главная редакция музыкального вещания, а также Главная редакция передач для детей и юношества и Главная редакция вещания для молодежи (радиостанция «Юность»).

Внутри каждой из них существовали отделы, также образованные строго по тематическому и функциональному признакам. Например, в составе Главной редакции информации («Последние известия» и «Маяк») были отделы общественно-политической информации, международной информации – они занимались «заготовкой» материалов к эфиру, и отдел выпуска, который непосредственно формировал новостные программы; на радиостанции «Юность» – отделы комсомольской жизни, художественного воспитания и – по аналогии с «Маяком» – отдел подготовки программ (выпуска).

Заметим, что для государственного вещания эти образования были очень прочными, так как обусловливали четкую специализацию журналистов, а также жесткий контроль за содержанием передач. Обратим внимание на такое обстоятельство: после ликвидации Всесоюзного радио некоторые Главные редакции преобразовались в коммерческие радиостанции, сохранив принадлежность к тому направлению вещания, которое они реализовывали прежде: на базе литдрамы музыкальной и детской редакции появилось «Радио 1 – Культура»; «Маяк» и радиостанция «Юность» после долгих организационно-творческих блужданий и реорганизаций стали единой коммерческой станцией, но внутренние свои структуры они практически сохранили, хотя значительно сократили число работников.

Кроме редакций, занятых содержательным обеспечением эфира, в структуре Всесоюзного радио находилась Главная дирекция программ со следующими функциями:

– перспективное и текущее планирование программ Центрального радиовещания;

– координация по содержанию и жанрам передач внутри различных программ Центрального радиовещания, передач Центрального радиовещания и Центрального телевидения, а также координация Центрального и местного (регионального) вещания;

– информация в печати и по радио о передачах на текущий день и предстоящую неделю;

– организация выпуска радиопередач в эфир как предварительно записанных на магнитную ленту, так и требующих непосредственного чтения дикторами у микрофона; осуществление прямых трансляций с мест событий (дикторы обеспечивали ведение всех передач Центрального радиовещания круглосуточно по восьми общесоюзным программам);

– анализ писем радиослушателей, обобщение данных по использованию писем радиослушателей в передачах Всесоюзного радио, контроль за своевременностью ответов на письма слушателей.

Вся эта довольно громоздкая система предназначалась прежде всего для контроля за текстами, которые шли в эфир. Вот «лестница», которую проходил материал от момента его подписания до выхода в эфир (это касалось любого материала, будь то событийный

комментарий, сложная радиокомпозиция или, напротив, крохотная заметка – пересказ сообщения с телетайпной ленты).

На аккуратно отпечатанном тексте передачи расписывался редактор (подпись автора шла на второй экземпляр, который на всякий случай оставался в столе редактора для возможных «после-эфирных разборок»). Этот листок вкладывали в бумажную папку (так называемую «эфирную папку»), и она отправлялась на визу к замзаву или заведующему отделом. Затем на этой папке оставляли автографы заместитель или главный редактор, директор программы вещательного дня и цензор, ставивший печать «разрешено». И, наконец, диктор, который объявлял передачу в эфире, тоже расписывался на этой папке, обозначив фактическое время передачи в эфир и соответствие ее многократно завизированному тексту.

Итак, шесть человек своей профессиональной честью и занимаемой должностью должны были гарантировать отсутствие в передаче какой-либо ереси. Впрочем, отлично понимая, как столь громоздкий механизм мешает журналистам и в конечном итоге ухудшает качество программ, руководство Всесоюзного радио иногда шло на создание временных редакций, в которых журналистам и редакторам оказывалось больше доверия. В эту группу корреспондентов отбирали наиболее талантливых и опытных репортеров и комментаторов и давали им право сдавать материалы на эфир лишь с одной визой цензуры, а иногда руководителю этой группы разрешали указывать на эфирной папке: «Без визы» – и сразу отдавать текст дикторам или пленку на эфир.

Этот опыт впервые был использован в работе группы радиожурналистов, которые готовили ежедневную передачу «Подвиг народа» к 20-летию Победы над фашистской Германией. В свою очередь организация работы такого временного журналистского подразделения копировала практику Бюро стратегической пропаганды, созданного на государственном вещании США в 1940–1941 годах для подготовки оперативных информационно-публицистических и документально-художественных программ, посвященных «лицу врага» – императорской Японии и гитлеровской Германии. Это был цикл ежедневных проблемных комментариев, радиоочерков и радиокомпозиций, раскрывавших суть фашизма, его антидемократическую, античеловеческую направленность. К работе над этими темами Бюро пригласило лучших радиожурналистов Америки, известных сценаристов и режиссеров из Голливуда, предоставив им полную свободу самовыражения. На каждой из передач стояла виза лишь военной цензуры, дабы корреспондент или сценарист случайно не обнародовали секретные материалы.

Такие же возможности были предоставлены и сотрудникам «Подвига народа», которыми руководил превосходный журналист и многоопытный редактор радио Олег Куденко.

Опыт подобной работы в практике Всесоюзного радио использовался не раз, чаще всего в ходе какой-либо «юбилейной» кампании, но широкого применения он не получил – по вполне понятным соображениям многоступенчатый идеологический контроль за каждым словом и за каждым звуком был генеральным постулатом взаимоотношений государства и журналистов. Ситуация принципиально изменилась после ликвидации цензуры и перехода к массированному выпуску журналистов в прямой эфир.

Однако структура государственных вещательных организаций в основе своей сохранилась, и главная радиокомпания страны «Радио России» в организационном плане копирует структурные принципы и признаки бывшего Всесоюзного радио, правда, несколько снизив статус отдельных подразделений: вместо Главных редакций существуют теперь отделы, которые иногда называются «студиями».

Важно отметить, что переход к бесцензурному вещанию и для государственного радио, конечно, означал принципиальные изменения в процессе подготовки передач. Постепенно сокращался, а в ряде случаев и исчезал процесс многоступенчатого визирования: стало вполне достаточно подписей редактора и одного из руководителей станции; в абсолютном большинстве бестекстовая запись не требует расшифровки;

проблемы обсуждаются в случае возникновения конфликта лишь на основе звукозаписи с эфира, если она велась.

Что касается традиционных принципов программирования вешания, то один из самых главных – *тематическое планирование* – по-прежнему остается в практике современного радио, но, конечно, не в столь всеобъемлющем виде.

Что такое тематическое планирование? Это соответствие содержания передач дня, недели, месяца календарю исторических событий и пропагандистско-рекламных мероприятий. Достигается оно следующим образом.

Сначала формируется *сетка вещания,* т.е. расписание передач на день, неделю, месяц, реже на квартал. В ней обозначены часы и дни определенных жанрово-тематических рубрик. Например:

5.00. Утренние новости.
5.10. Утренняя зарядка.
5.20. Обзор газет.
5.30. Передача для жителей села.
6.00. Последние известия.
6.15. Музыкальная передача. Народные песни.
6.45. Международный комментарий.
И так далее...
...12.30. В рабочий полдень. Концерт по заявкам.
13.00. В детском радиотеатре. Премьера.
14.00. Собеседник. Радиожурнал для пенсионеров. И так далее...
...19.00. Последние известия.
19.30. Спектакль «Театра у микрофона» (по вторникам и пятницам),
или:
19.30. Трансляция симфонического концерта (по средам),
или: 19.30. Вечер джаза (по субботам),

или: 19.30. Новости рок-н-ролла (один раз в месяц, последняя суббота).

И так далее...

Эта рубрикация стабильна и постоянна. Она вырабатывается на каждый день или на определенный период достаточно тщательно для того, чтобы учесть интересы всех структурных подразделений вещательной организации и, насколько это возможно, интересы аудитории.

После того как сетка вещания разработана, начинается ее заполнение. В зависимости от концепции всей деятельности станции ее руководство утверждает список событий, которые должны быть отмечены в передачах сразу всех направлений или по отдельности – силами информационных, общественно-политических или художественных редакций.

Прежде всего сюда попадают юбилеи общенационального характера – День Конституции, День защитника Отечества, Международный женский день и т.д., затем важнейшие общественно-политические мероприятия, например выборы. Затем, и это самый длинный список, юбилеи выдающихся деятелей прошлого и современности – очередное «-летие» Пушкина, Моцарта, Наполеона, Солженицына, создателя атомной бомбы и т.д. по вкусу начальства. И только после этого приведенная выше сетка вещания приобретает жанровое тематическое наполнение и выглядит примерно следующим образом:

...5.30. Передача для жителей села. Беседа. Мичурин и современные мичуринцы...

6.15. Музыкальная передача. Народные песни в исполнении Лидии Руслановой – к 100-летаю певицы...

...12.30. В рабочий поддень. Концерт по заявкам рабочих автозавода имени Лихачева (в связи с юбилеем грузовика АМО).

13.00. В детском радиотеатре. Премьера. Новые приключения «Знаменитых капитанов» (к 45-летию рубрики)...

...19.30. Трансляция симфонического концерта (к открытию Международного конкурса имени П.И. Чайковского) или:

19.30. Вечер джаза. Дюк Эллингтон (к 100-летию со дня рождения).

На первый взгляд такое планирование весьма логично, ибо позволяет предусмотреть все мало-мальски значимые события и ситуации общественной жизни. Однако пользоваться этим принципом нужно очень осторожно, потому что на практике он приводит к анекдотическим нелепостям, ибо освобождает большинство программистов и от ответственности, и от инициативы, которая часто бывает наказуема. Вот как выглядело тематическое планирование в последние годы существования Всесоюзного радио.

В марте текущего года редакторы всех редакций давали свои предложения по поводу содержания передач на будущий год. В мае эти предложения утверждались (или не утверждались) на уровне художественных советов и коллегий в Главных редакциях. Не позднее 1 июня сводный темплан передач на будущий год с указанием рубрик, авторов и участников обсуждался на коллегии Гостелерадио, затем шла его доработка и уточнение на всех уровнях, и уже ранней осенью план подписывало высшее радиоруководство, и он становился законом для всех после утверждения в ЦК КПСС.

На практике это означало, что где-нибудь в мае 1990 года каждый редактор должен был знать, *КТО, ЧТО и в КАКОЙ ФОРМЕ* будет говорить в декабре 1991 года по поводу очередного юбилея образования СССР или какие артисты будут заняты в принятой к постановке в Малом театре новой пьесе.

Все вместе это составляло толстенную книгу в несколько сот страниц, которая выходила тиражом минимум в 200 экземпляров; сколько денег, бумаги и производственных затрат уходило на это реально никто не подсчитывал, а бессмыслицу всех усилий и трудов только подчеркивали такие «мелочи», как то, что к декабрю 1991 года Советский Союз развалился, пьеса так и не была поставлена, а разрекламированные артисты покинули сцену Малого театра: один – вообще закончив свои земные дела, а второй – из-за перехода в новую труппу.

Однако тематическое планирование опасно не только непредсказуемостью жизни, которая гораздо чаще, чем это кажется, делает нереальными многие радужные перспективы. Стремление «на всех уровнях» и во всех видах вещания отметиться по поводу общенациональных юбилеев и праздников неизбежно приводило и продолжает приводить к дублированию материалов.

Во многих научных трудах и пособиях по радиожурналистике в качестве анекдотического приводится пример неразумности вещателей в связи с празднованием Дня Советской Армии и Военно-Морского Флота 23 февраля. Вот что обрушивалось на обыкновенного слушателя, живущего, скажем, в небольшом поселке на Волге:

...7.10. Выступление по поселковому радиоузлу ветерана войны, в течение 10 минут излагавшего текст передовой статьи газеты «Правда» за 23 февраля прошлого года...

...7.30. По районному радио практически с этим же текстом выступает райвоенком...

...9.30. Областное радио транслирует беседу о Вооруженных Силах страны, *с* которой выступил областной военный комиссар...

...10.00. «Маяк» передает полностью текст «свежей» передовой газеты «Правда» на ту же тему...

...14.00. Тот же «Маяк» предоставляет микрофон одному из заместителей министра обороны...

И, наконец, в 19.00 перед началом торжественного заседания, на котором с докладом выступает начальник Главного политуправления, и праздничного концерта в эфире звучит в записи на пленку речь министра обороны. Он напоминает всему населению страны о замечательных традициях отечественных Вооруженных Сил и задачах, стоящих сегодня перед ними и касающихся всех, в том числе и жителя того приволжского поселка.

Итак, семь раз по одному и тому же каналу звучит практически один и тот же текст. Песня «Вставай, страна огромная...» передается от трех до семи раз, «По долинам и по взгорьям...» – шесть – девять раз в день (все цифры – данные за 23 февраля 1985 года).

Кажется, все это ушло в прошлое вместе с ЦК КПСС и Гостелерадио СССР. Но вот 23 февраля 1999 года. Речей поменьше, но в различных обработках – от классического варианта до джазовой и рок-н-ролльной версий – мелодия песни «По долинам и по взгорьям...» звучала в эфире минимум по два-три раза в программах более 20 радиостанций, работавших из Москвы.

А пушкинский юбилей в 1999 году, когда элементарные «нормы повторов» были «преодолены» редакторами, комментаторами и программистами абсолютного большинства отечественных станций! Один из музыковедов, исследующий взаимоотношения радио и классической музыки, подсчитал, что в различных программах государственного и коммерческого вещания романс «Я помню чудное мгновенье...» в исполнении И.С. Козловского, С.Я. Лемешева и их коллег только за одну «юбилейную декаду» с 1 по 10 июня прозвучал более 70 (!) раз. Такие вот минусы тематического планирования преследуют отечественное вещание на рубеже XXI века.

Во избежание этого программирование информационно-музыкальных многопрофильных станций, работающих в режиме «music non stop», строится по совсем другим принципам и критериям, опирающимся не на календарь событий, а на запросы аудитории и формат радиостанции. В определенной мере тематическое планирование сохраняется в практике современных коммерческих информационно-музыкальных станций, особенно крупных по масштабам своей деятельности, многопрофильных по видам вещания, тематике и адресности материалов. Однако оно не имеет, как мы уже говорили, директивного влияния на формирование передач, а является побочным, дополнительным фактором при решении различных вопросов программирования.

Организационные структуры информационно-музыкальных радиостанций и принципы их программирования

Основы структурной организации информационно-музыкальных и чисто музыкальных радиостанций, принципы подбора персонала и сетки вещания определяются множеством разнообразных факторов, среди которых выделим следующие.

– Размеры потенциальной аудитории, т.е. количество, социальный и демографический состав населения, на которое ориентирована работа радиостанции. Важнейшим здесь является вопрос, интересует ли станцию все население региона или какая-то его часть.

– Выбранный тип вещания – *многопрофильный,* подразумевающий подготовку и выпуск в эфир передач разных направлений: информационных, просветительских, общественно-политических, образовательных, развлекательных, – или *локальный,* когда четко определен один вид вещания для одной группы слушателей, например музыка для пенсионеров или танцевальная музыка для молодежи. Если радиостанция работает как музыкальная в режиме «music non stop», то ей не нужен, скажем, информационный отдел, зато музыкальных редакторов может быть несколько. И наоборот, если для станции приоритетным является информационное вещание, то в ее штат войдут корреспонденты, комментаторы, репортеры, а музыкальное программирование будет скорее всего вестись с помощью компьютера.

– Объем рекламы и ее место в общем объеме вещания радиостанции.

– Уровень технической оснащенности радиостанции. Постоянное обновление радиотехники и средств связи стало причиной столь же постоянной эволюции организационных структур вещательных организаций.

С развитием техники и появлением компьютеров некоторые специальности устарели, и в практике многих станций упразднены целые отделы, без которых раньше работа была немыслима. В отечественном радиовещании процесс модернизации затронул не все станции. До сих пор, например, при звукозаписи в качестве носителя используется

магнитная лента. Пленки хранятся на бобинах, и для того чтобы поставить ту или иную запись песни или репортажа в эфир, ведущему нужно отключить микрофон, встать из-за стола, подойти к аппаратуре, найти нужную бобину с пленкой, заправить ее в специальный магнитофон, проиграть в эфире, а затем вовремя отключить. Это достаточно трудоемкий процесс, а ведущий не должен отвлекаться, поэтому рядом с ним «на эфире» работает режиссер, который ставит эти пленки.

Длительное время существовали такие должности, как «разбобышечник» – человек, который размагничивает пленку после ее использования, или «сейфовик» – человек, отвечающий за хранение особо важных пленок и документов и др. Или еще пример: на радио не один год использовали труд машинисток для набора и подготовки эфирных папок (в них собираются материалы к эфиру: заранее написанный текст ведущего, моменты включения пленок, последовательность выхода в эфир, названия музыкальных композиций и т.д.). Например, на «Маяке» содержали целый производственный отдел, состоящий из 48 человек, из которых 18 были машинистки. С появлением компьютера процесс подготовки к эфиру значительно упростился.

Многие станции стали работать на цифровом оборудовании, которое позволяет избавиться от громоздкой аппаратуры и дает возможность ведущему самому ставить в эфир музыку, микшировать музыкальные и текстовые отрезки, включать записи и пр. Так, только что записанное на «Репортер» интервью можно сразу отцифровать, перевести в компьютер и вывести в эфир без привлечения дополнительных сотрудников.

В нашей стране ситуация сложилась таким образом, что со старыми технологиями продолжают работать многие государственные станции и некоторые частные каналы, у которых нет денег на новое оборудование. Компьютеризация процесса вещания в финансовом и профессиональном плане оказалась под силу только «молодым» коммерческим станциям. Среди учредителей многих таких станций – западные, французские, американские (например, «Harris Corporation» – одна из фирм-учредителей радио «Максимум» – производитель цифрового оборудования) компании, специализирующиеся на радиобизнесе и принесшие в Россию и новые технологии, и новые принципы работы, и новую организационную структуру.

Принцип организации работы на коммерческом радио можно определить тремя словами: «целесообразность», «окупаемость», «мобильность». Здесь обычно нет лишних людей. Коллектив работает как одна команда, и каждый в случае необходимости может подстраховать другого. В организационной структуре радиостанций хорошо развиты горизонтальные связи – отделы тесно взаимодействуют друг с другом: например, ведущие эфира могут озвучивать рекламу, программный директор сам пишет тексты для джинглов и рекламных заставок и т.д.

Итак, размеры аудитории, тип вещания, объем рекламы и техническое обеспечение обусловливают редакционные структуры, которые, как показывает опыт западного, а с начала 90-х годов и отечественного вещания, оказались наиболее оптимальными и перспективными.

В населенных пунктах, насчитывающих от 5 до 50 тыс. жителей, работу радиостанции обеспечивают не более 10–15 сотрудников. Небольшой штат для таких станций – это вопрос экономии средств. Нет необходимости держать большой персонал, когда один сотрудник может выполнять разнообразные обязанности и по необходимости заменить другого. Так, генеральный директор может быть программным директором и начальником службы информации, ведущий – по совместительству читать выпуски новостей. И все, включая секретарей, должны уметь сочинять тексты для рекламных роликов.

Организационная структура таких радиостанций обычно проста. Например: владелец (учредитель) – генеральный директор; коммерческий отдел во главе с коммерческим директором; программный директор; начальник службы информации; ди-джеи (ведущие); секретариат; инженер.

Как правило, у таких вещательных организаций рядом нет конкурентов, их деятельность полностью удовлетворяет интерес местной аудитории к местным новостям. И открывать поблизости второй подобный канал нерационально ни с финансовой, ни с какой-либо другой точки зрения.

Радиостанции, расположенные в городах с населением от 100 до 500 тыс. человек, сталкиваются с определенной конкуренцией, и в этих условиях профессионализм и специализация работника ценятся больше всего. На этих станциях работают обычно до 30 человек: увеличивается количество ди-джеев (ведущих), рекламных агентов, появляются такие должности, как музыкальный директор, директор по связям с общественностью и др. Вот примерная «иерархическая лестница» (исключая высшее руководство) такой коммерческой информационно-музыкальной радиостанции:

– программный директор;
– заместитель программного директора (должность существует не всегда);
– пресс-атташе (менеджер по связям с общественностью);
– директор музыкальных программ;
– заведующий фонотекой радиостанции;
– маркетинг-менеджер;
– менеджер рекламного отдела;
– менеджер отдела продаж;
– звукорежиссер (саундпродюсер);
– директор службы информации;
– ведущие эфира.

Аудитории, составляющие десятки, сотни тысяч, а иногда и десятки миллионов слушателей, вызвали к жизни крупные вещательные организации с числом работников традиционно от 70 до 100 человек. За редким исключением, это станции «многопрофильные» (в нашей стране, по сути, дублирующие и развивающие практику информационно-музыкальных редакций и отделов бывшего Всесоюзного радио), т.е. разносторонние по тематике и адресности.

Структура таких станций включает аппарат генерального директора, куда входит его секретариат, в том числе и пресс-секретарь, а на самых крупных станциях – целый отдел по связям с общественностью и четыре дирекции:

– административная дирекция – управление техническими службами, материально-техническим обеспечением, обслуживающим персоналом;

– программная дирекция, куда входят музыкальный и информационный директоры, продюсеры, ведущие программ, корреспонденты, обозреватели;

– коммерческая дирекция – отдел рекламы, группа рекламных агентов, консультанты по рекламе и др.;

– финансовая дирекция, объединяющая экономистов, бухгалтеров и других специалистов этого профиля.

В 1920–1940-х годах радио стремилось быть «всем для всех». Именно в это время появился термин «широковещание», означавший вездесущность радио (доступность радио везде) и его всеохватность (широта охвата территории радиосигналом).

Главными функциями радио того времени были информационная и культурно-просветительская. Первые программы состояли из трансляций живых симфонических концертов, поэтических чтений, радиоспектаклей, всевозможных развлекательных передач и освещения основных новостей в прямом эфире (сегодня эти передачи составляют значительную часть программной сетки телевидения).

Стратегию планирования такого вещания теоретики радио назвали *горизонтальной.*

В основе *горизонтального* программирования лежит принцип всеохватности. Радиостанция, программируя сетку вещания, закрывает все жанрово-тематические ниши, пытаясь удовлетворить потребности всей потенциальной аудитории, живущей в данной местности, не разбивая ее на целевые группы. В рамках этой стратегии сетка вещания

ориентирована на аудиторию с разными социальными, демографическими, половозрастными характеристиками. В течение одного вещательного дня в эфир одной и той же станции могут выходить передачи для детей, пенсионеров, выпуски новостей, ток-шоу для домохозяек, передачи для спортивных болельщиков и т.д.

Так как процесс производства передач был очень трудоемким и дорогим, а радиостанций насчитывалось немного, тратить деньги на производство передач только для определенной аудитории было невыгодно. Поэтому горизонтальный принцип программирования был оправдан.

В 50-е годы с появлением телевидения радио стало терять свою популярность. Телепрограммы обеспечивали аудиторию и театром, и другими просветительскими и развлекательными передачами, присущими радио в его лучшие дни. К тому же развитие электроники освободило радио от громоздкого стационарного оборудования. Приемником стали пользоваться на пляже, в машине, просто на улице. Но такое слушание, разумеется, требовало и другого материала, и другого ритма, отличных от традиционных передач, предназначенных главным образом для спокойного домашнего восприятия.

Все вместе, и, прежде всего необходимость выживать в условиях обостряющейся конкуренции с телевидением, заставило вещателей в США, Англии и других странах сменить роль «ментора» на статус «компаньона».

Большинство коммерческих радиостанций постепенно перешло на *узкое,* или *специализированное,* вещание, что в свою очередь породило стратегию *вертикального* программирования, при котором роль компаньона подразумевает полное соответствие стилю жизни определенного слоя населения. Такая радиостанция не может быть всеохватной, она должна выбрать аудиторию и заниматься только ее информационными, эстетическими, культурными и другими потребностями. Стратегию вертикального программирования многие теоретики радио связывают с понятием «формат».

Формат – это концепция радиостанции, включающая в себя содержание, ритмы вещания, эстетические нормы программирования, манеру работы ведущих и другие специфические особенности организации передач, а также структурирование программных элементов в соответствии с потребностями целевой аудитории.

Понятие «формат» появилось в Соединенных Штатах Америки в начале 50-х годов. Первоначально оно обозначало лишь набор музыкальных направлений, звучащих на волнах радиостанции, а в середине 70-х с появлением форматов «News» и «Talk» стало обозначать принципы программирования всей станции.

Борясь с конкуренцией телевидения, в США большинство станций вначале сконцентрировалось на музыке и коротких выпусках новостей (новости спорта и сводки погоды вообще стали «фирменным блюдом» радио). Передаваемая в эфире музыка не ограничивалась одним направлением. В середине 50-х годов этим станциям, построенным по принципу «все для всех», был брошен вызов.

По легенде, новый формат был придуман двумя сотрудниками небольшой радиостанции в городе Омаха (США, штат Небраска) – Тодом Сторзом и Биллом Стюартом. Как-то, отдыхая в баре, они размышляли над тем, как привлечь слушателей. Наблюдая за посетителями, они заметили, что в баре звучат одни и те же мелодии, – посетители заказывали в музыкальном автомате одно и то же. Сторз и Стюарт сделали вывод: если люди готовы платить деньги за возможность много раз услышать любимые композиции, то они будут слушать станцию, работающую по этому же принципу. Их система программирования получила известность как формат «Top-40».

По мере развития новых музыкальных направлений появлялись и новые форматы: в начале 60-х – «Beautiful music» («Красивая музыка») и «All-News» («Только новости»); в середине 60-х – «Soft Rock» («Мягкий рок») и «Acid and Psychedelic hard rock» («Психоделический рок»); к концу 70-х – началу 80-х относится взлет и падение формата «Disco», который со временем трансформировался в «Urban Contemporary» («Современный

городской»). Формат «Soft Rock» («Мягкий рок») постепенно был заменен на суженный формат «Top-40», который назвали «Contemporary Hit» («Современный хит»).

Было проведено много исследований и приложено немало усилий, чтобы определить типы программирования, которые привлекают различную аудиторию. Результатом этих трудов стало создание множества форматов.

По существу, формат – это подбор и расположение программных элементов (часто музыкальных записей) в последовательности, способной привлечь и удержать тот сегмент аудитории, в котором заинтересована станция. Если разумно сочетать программные элементы и музыкальные записи, то станция привлечет именно данную возрастную или социальную группу. Чем больший процент целевой аудитории слушает станцию, тем больше станция может запросить с рекламодателей, желающих использовать радио для получения коммерческой реакции этой целевой группы.

В настоящее время в мире существует более сотни форматных разновидностей. Условно их можно поделить на:

– *музыкальные форматы* – основной упор делается на музыку;

– *разговорные форматы* – большинство передач относится к разговорным жанрам (станции, специализирующиеся на коммерческой, религиозной, спортивной тематике);

– *новостные форматы,* где главное новости.

Станции часто меняют формат. Обычно это происходит на основе решения о смене аудитории и начале «охоты» на более выгодный сегмент рынка. Иногда просто могут меняться интересы аудитории. Бывает ситуация, когда уровень конкуренции в рамках данного формата достаточно высок, и станция решает сменить его на тот, где конкуренция меньше.

В основу формата положены один или несколько программных элементов, которые становятся приоритетными, а все остальные подбираются так, чтобы подчеркнуть и выделить главный. Формат можно создать, просто исключив из сетки вещания, например, новости или общественно-политические передачи.

При определении формата станции и программировании необходимо учитывать следующие факторы:

– половозрастные и социальные характеристики населения, проживающего в данной местности (уровень дохода, уровень образования и пр. – нет смысла создавать молодежную радиостанцию в районе, где проживают в основном пенсионеры);

– специфику образа жизни населения той местности, в которой работает радиостанция (если основная масса работающего населения просыпается, например, в 8 часов утра, не стоит начинать утреннее шоу в 6.00);

– ситуацию на радиорынке в данной местности.

Программирование осуществляется с учетом множества факторов. Ведущая фигура на радиостанции в этом смысле – *программный директор.* В США и Европе программный директор обычно, прежде чем занять этот ответственный пост, проходит на радиостанции путь от ди-джея и ведущего новостей до пресс-атташе и маркетинг-менеджера (т.е. «вращается» в радиобизнесе от 20 до 25 лет).

У нас в стране, учитывая небольшой пока срок существования независимого (коммерческого) вещания, должность программного директора, напротив, чаще всего занимают молодые энергичные люди, которым интуиция, увлеченность и стремление к экспериментам помогают преодолеть недостаток практического опыта.

Ситуация на радио как в мире, так и в нашей стране с годами меняется. Если раньше программный директор должен был быть специалистом высокого класса в области музыкального бизнеса, то сегодня он, прежде всего маркетолог, отлично разбирающийся в особенностях радиорынка, на котором работает радиостанция, и знающий его законы. Радиорынок стал весьма сложным механизмом, включающим в себя массу аспектов, и программный директор должен уметь адаптироваться в сложившейся ситуации (например, если станция не приносит прежнего дохода, он обязан найти способ сделать ее прибыльным

предприятием: заменить ди-джеев, записать новые джинглы, наконец, полностью поменять формат).

Программный директор всецело несет ответственность за то, что происходит в эфире: программирование и форматную политику, продвижение своей станции на рынке аудиопродукции.

Программный директор разрабатывает сетку вещания, или programming wheel («колесо вещания»), подбирает подходящее время эфира для каждого из ди-джеев, рассчитывает бюджет, планирует вместе с рекламным отделом рекламные и промоушн-компании (акции, способствующие продвижению станции на рынке, или мероприятия, в которых она задействована с целью увеличения числа слушателей), отслеживает аудиторию и изучает конкурентов. Он следит также за наполнением новостных выпусков событиями местного масштаба и спортивными событиями, хотя все это входит в обязанности директора службы информации.

Программный директор участвует и в разработке форматной политики радиостанции, несмотря на то, что первоначально выбирает формат и подбирает кандидатуру на пост программного директора высшее руководство радиостанции (генеральный директор, продюсер). Разрабатывая форматную политику, программный директор «локальной» коммерческой информационно-музыкальной радиостанции должен найти подходящих ведущих эфира и авторов программ, вместе с музыкальным директором подобрать и проанализировать музыкальный материал, приобрести новые музыкальные материалы или пополнить уже существующую фонотеку, нанять звукорежиссеров и саундпродюсеров (персонал, занимающийся производством джинглов, рекламных роликов, анонсов, соответствующих формату данной станции), продумать и записать рекламные ролики, записать или заказать соответствующие джинглы радиостанции, составить бизнес-план вместе с сотрудниками отдела продаж и рекламного отдела, дать указания техническому персоналу (инженерам эфира и др.).

Конечно же, программному директору приходится также учитывать условия той местности, в которой работает станция: ее аудиторию, распорядок дня жителей, их вкусы, привычки и т.д.

Как уже было сказано, программный директор составляет распорядок работы ди-джеев, находя для каждого наиболее приемлемый сегмент эфира, время от времени меняя часы пребывания их в эфире (если это необходимо), увольняет тех из них, кто перестал соответствовать программной политике радиостанции. Как правило, основной эфирный персонал работает в своем сегменте эфира постоянно (например, с 10.00 до 15.00 или с 19.00 до 24.00) пять или шесть раз в неделю.

Исходя из того, какой процент аудитории слушает радиостанцию в то или иное время в течение утра, дня, вечера и ночи, определяется *прайм-тайм* – самое слушаемое время. Например, утренний прайм-тайм на радиостанции «N» с 8 до 9 утра, а на радиостанции «Z» – с 9 до 10 утра. Чаще всего самая большая аудитория набирается утром и вечером. Прайм-тайм подразумевает иные принципы организации вещания: это самое выгодное для рекламы время, поэтому чаще всего именно на эти часы и программируется больше рекламы. В зависимости от типа станции в это время выходит наиболее значительное количество выпусков новостей и музыка на этот отрезок времени подбирается особенно тщательно.

Среди факторов, влияющих на программирование радиостанции, также можно выделить:

– уровень технической оснащенности станции;

– размеры финансирования.

В *процесс программирования* входит определение темпа вещания, составление сетки вещания, разработка манеры поведения ведущих у микрофона и многое другое.

При программировании станции важно определить *темп вещания,* так как в первую очередь он определяет хронометраж программируемых отрезков. Медленный темп подразумевает заполнение сетки вещания *крупными элементами* – продолжительностью

звучания от 30 до 60 минут. Это могут быть передачи и музыкальные отрывки (например, фрагменты оперных спектаклей). Чаще всего передачи длительного хронометража готовятся заранее и выходят в эфир в записи на пленку или на другом звуковом носителе. Это позволяет заранее составлять содержание сетки вещательного дня, недели и даже месяца. Передачи начинают анонсироваться задолго до выхода в эфир, и всякое изменение в их содержании допускается лишь как исключение.

Быстрый темп вещания подразумевает *дробное программирование.* Максимальная продолжительность звукового отрезка не более 15–20 минут.

Сетка вещания информационно-музыкальной станции составляется из следующих *элементов:*

– передач/выпусков новостей;

– музыки;

– рекламы;

– элементов «оформления» эфира: анонсов передач, заставок, рекламы ведущих станции и пр.

Для того чтобы программирование радиостанции было эффективным, в практике форматного радио с дробным построением используется «программное колесо» (его еще называют «вещательное колесо», или «звуковой час», или «клок»).

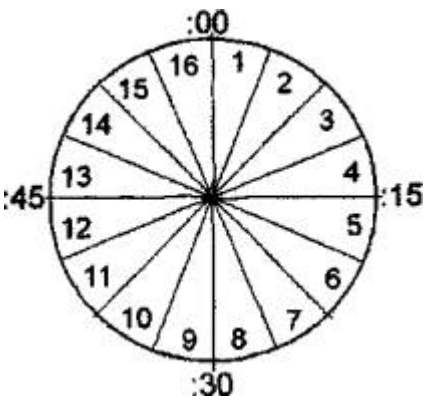
Программный директор определяет содержание каждого часа, используя «программные колеса», чтобы лишний раз убедиться, что каждый из программируемых элементов (радиореклама, новости, музыка, прогнозы погоды) расположен в сетке стратегически правильно и доходит до аудитории. Все они должны быть сбалансированы. Слишком много разговора в эфире станции, которая заявляет, что работает по принципу «меньше слов – больше музыки», – и аудитория будет разочарована.

«Программное колесо» тщательно продумывается и формируется так, чтобы в нем были наиболее эффективно представлены все программные элементы. Чаще всего час разбивается на 15-минутные отрезки, т.е. каждые 15 минут в эфире звучат, например, позывные станции.

Однако далеко не каждая станция так жестко программирует свой эфирный час («вещательное колесо» может и вовсе отсутствовать), но даже те радиостанции, которые предоставляют своим ди-джеям большую свободу, так или иначе структурируют свое эфирное время (час или день).

Понятие «программное колесо» можно определить как последовательность программных элементов в течение одного часа эфира. Некоторые программные директора разрабатывают несколько «колес», например: одно для «горячих» временных сегментов – раннее утро и ранний вечер, где больше конферанса, динамичнее музыка и много информации, другое – для более спокойных часов – день и поздний вечер.

Вот один из вариантов «программного колеса»:



1) основной джингл радиостанции, модный шлягер (композиция из лучшей «тройки» национального хит-парада);

2) анонс новостей, блок рекламы;
3) композиция из лучшей «десятки» (4–10-е место национального хит-парада);
4) джингл № 2, хит 80-х годов (композиция, популярная до сих пор);
5) композиция из лучшей «двадцатки» (11–20-е место), сводка погоды;
6) блок рекламы, новости;
7) композиция из лучшей «десятки»;
8) джингл № 3, модный шлягер;
9) композиция из лучшей «двадцатки»;
10) блок рекламы;
11) хит 80-х годов;
12) композиция из лучшей «десятки»;
13) джингл, анонс;
14) модный шлягер;
15) блок рекламы, погода;
16) хит 80-х годов или основной джингл радиостанции (в зависимости от того, что составляет № 1).

«Звуковой час» разрабатывается в соответствии с ритмом жизни целевой аудитории радиостанции. Это касается не только информационно-музыкальных станций, но и чисто новостных, которые, как правило, делятся на 20-минутные циклы (в начале каждого цикла – самые важные новости: государственные, затем региональные, национальные, международные и т.д.), или же станций формата «News/Talk», сетка вещания которых также напоминает «колесо вешания» информационно-музыкальной радиостанции (в начале каждого часа – новости, затем интервью или беседа с гостем, прерываемая рекламными роликами и джинглами, и т.д.).

На многих станциях используется не единая модель для всех 24 часов в сутки, а целый набор схем, сменяющих друг друга в зависимости от времени суток. «Программные колеса» вывешиваются в студии для того, чтобы ведущие могли руководствоваться ими при ведении эфира.

Формирование сетки вещания «форматной» станции имеет жесткие ограничения. Обязательное условие для любого материала (новостной информации, музыки, репортажа или комментария, исключение составляет реклама) – их тематическое, адресное и временное (по продолжительности) соответствие формату. Жанрово-тематические особенности передач «закладывают» в процессе разработки конкретного формата. При этом учитывается *пограничностъ* интересов аудитории. Так, радиостанция, работающая в соответствии с форматом «классическая музыка», может позволить себе элементы литературно-художественного вещания, например радиосериал, повествующий о жизни композиторов Возрождения; радиостанция, специализирующаяся на новостях, включает в программную сетку серьезные общественно-политические комментарии.

Большинство «локальных» коммерческих информационно-музыкальных радиостанций практикуют компьютерное программирование эфира: специальные компьютерные программы (Powerplay, Powergold, Selector и др.) выстраивают как музыкальный материал, так и все остальные элементы (новости, ролики и т.д.) в четкой последовательности в течение часа в зависимости от формата радиостанции. Каждый программный элемент имеет свое, жестко закрепленное за ним место, т.е. соответствие концепции, параметры стиля, содержания и т. п. обеспечивает компьютер, а программный (иногда музыкальный) директор слегка редактирует результаты его работы.

При распределении программных элементов важно учитывать все факторы. Например, если станция запрограммирована «выдавать» в эфир много музыки и минимум разговоров, то ди-джею нужно строго придерживаться этой схемы, иначе нарушится «слушательский комфорт» и рейтинг станции снизится. Ведущий также должен запустить каждый из элементов в отведенное ему время: именно в 11.58 и ни на минуту позже – рекламный

ролик, потому что в 12.00 следует главный джингл радиостанции и начинается новый эфирный час.

Так как на информационно-музыкальных станциях основой эфира является музыка, то остальные элементы подчиняются этому факту: все рекламные ролики, джинглы, промо должны соответствовать музыкальному формату станции, скажем, на динамичной молодежной «хитовой» станции вряд ли уместен рекламный ролик или анонс, где музыкальной подложкой является мелодия в ритме вальса или марша, если только это не самая модная композиция.

Как мы уже говорили, на любой информационно-музыкальной радиостанции существуют четкие временные рамки, в соответствии с которыми подбираются ди-джеи, тембр голосов и манера поведения которых в эфире должны максимально соответствовать времени суток.

Коммерческие информационно-музыкальные радиостанции, несмотря на разные форматы, планируют свой эфирный день примерно следующим образом.

С 6.00 до 10.00 утра – наиболее горячее утреннее время (утренний прайм-тайм), когда люди встают и собираются начать новый трудовой или учебный день. В это время к приемникам «приникает» максимальное число слушателей, поэтому этот сегмент отдается Hard DJs – самым ярким, остроумным и интересным радиоперсонажам, которым есть чем поделиться со слушателем. Обязательно должен звучать бодрый, «пионерский» голос ведущего (иногда утром работают пары ди-джеев – мужчина и женщина), заряжающий энергией и излучающий уверенность и оптимизм. Этот отрезок эфира заполняется большим количеством рекламы, новостей, анонсов, обзоров прессы, прогнозами погоды и гороскопами, информацией о наличии автомобильных пробок (в это время людям некогда просматривать прессу, а часто – и смотреть телевизор). Музыкальный материал также программируется соответствующим образом, способствуя пробуждению и хорошему настроению на грядущий трудовой день.

С 10.00 утра до 15.00 (16.00) вечера – время, когда люди находятся на работе, поэтому музыка, а соответственно и голоса, и манера вести эфир ди-джеев должны быть спокойными, не раздражающими аудиторию. Радио в данной ситуации воспринимается как фон, создавая приятную атмосферу. На некоторых радиостанциях в это же время (где-то с 13.00 до 14.00 или с 14.00 до 15.00) звучат первые концерты по заявкам радиослушателей.

С 15.00 (16.00) до 20.00 – вечерний прайм-тайм. После рабочего дня люди возвращаются домой. В эфире в эти часы может звучать разная по темпу музыка (и хорошо знакомые хиты прошлых лет, и самые «горячие» песни). В это время в эфире появляются новые ведущие категории Hard DJs, которые не только настраивают слушателей на мажорный лад, но с помощью комментариев и эмоционального общения напоминают, что трудовой день завершен. Увеличиваются часы общения с аудиторией (комментарии к музыкальному материалу), в эфире много розыгрышей, викторин, новостей, различных по тематике программ (спортивные, музыкальные, светские новости, кино- и видеообзоры по 15–30 минут).

С 20.00 до 00.00 – время танцевальной музыки, ремиксов (как правило, это танцевальные версии известных хитов), появления в студии новых ди-джеев (Medium DJs). Их задача – только слегка «оттенять» композиции своими комментариями, в основном развлекая слушателей с помощью музыки. В это время в эфир выходят программы по заявкам, а также авторские программы популярных ведущих, имеющие высокий слушательский рейтинг (как правило, они длятся от получаса до 1,5–2 часов).

С 00.00 до 6.00 утра – ночное время, в эфире звучит спокойная музыка. Радиостанцию в эти часы слушает минимальное (по сравнению с другими сегментами эфира) число людей. Ночной эфир, как правило, «возглавляют» совсем молодые ведущие или новый эфирный персонал (Light DJs), для которых это время максимально подходит для того, чтобы научиться работать в прямом эфире, прежде чем выйти в «большое плавание» – в другие, более рейтинговые временные отрезки.

Некоторые станции используют ночное время для различных эротических шоу или специальных программ, не рассчитанных на широкую аудиторию. Такие передачи ориентированы на публику от 25 лет и старше.

Рассмотрим специфику планирования и формирования новостных программ, музыки и рекламы.

Планирование информационных выпусков. Оперативная новостная информация стала насущной потребностью современного мира и одной из основных услуг, которую может предоставить радио своим слушателям. Специфика радио как средства массовой информации позволяет ему максимально оперативно реагировать на последние события. В очень редких случаях руководство станции полностью отказывается от выпусков новостей.

Существует два способа построения выпусков новостей:

– *принцип «перевернутой пирамиды»,* когда новости в блоке выстраиваются по значимости – от более важных к менее важным и актуальным;

– *принцип «рубленой строки»,* или, как говорили еще в 30-е годы, а затем в период становления «Маяка», принцип «лапши», когда новости в блоке выстраиваются произвольно: сначала может пойти рассказ о событиях второстепенной важности, затем о самых значительных и т.д.

Обычно выпуск новостей включает самые разные по тематике материалы. Однако существуют *тематические* выпуски новостей, посвященные только одной теме, например общественно-политическим вопросам или спорту, культуре, шоу-бизнесу и т.д.

Некоторые станции для привлечения слушателей каждый час дают поток информации, не разделенной по тематическому принципу и не разбитой по принципу значимости. Так, после сообщения о смерти Дудаева и беспорядках в Грозном может пойти информация об изменении валютного коридора, потом об археологических находках в Египте, затем о рухнувшем самолете с семилетней девочкой-пилотом, а в завершение – о погоде.

Количество выпусков новостей в течение часа (суток) и принципы их программирования в сетке дня зависят от направленности станции: музыкальной, информационной и т.д. На станциях с горизонтальным программированием продолжительность выпуска «Последних известий» может доходить до 15–30 минут.

Музыкальные развлекательные станции предпочитают давать новости, структурированные по тематике: общественно-политические, экономические, культурные, спортивные и пр.

Хронометраж выпусков жестко регламентирован двумя-тремя минутами, чтобы вписываться в систему дробного программирования, которой придерживается большая часть музыкальных развлекательных станций. И время, и периодичность выхода в эфир новостей варьируются в зависимости от времени суток и прайм-тайма. В утреннем прайм-тайме звучит больше выпусков новостей, чем, скажем, в течение всего дня. В ночное время музыкальные станции часто вообще не дают блоков новостей. На станциях, работающих в формате «All News», новости идут круглосуточно, в сетку вещания здесь включаются как смешанные, так и тематические выпуски.

Программирование музыки. С развитием звукозаписи и появлением пластинок, а затем и дисков воспроизведение музыки в эфире намного упростилось, что позволило многим станциям сделать музыку основой программирования.

Музыка на современном радио подбирается по двум принципам: или на основе выбранного музыкального направления, или произвольно, по принципу «свободного музыкального эфира».

В течение дня ее подбором занимается музыкальный редактор или автор передачи, руководствуясь чаще всего собственными вкусами. При этом ограничений в выборе музыкального направления или исполнителя нет. На радиостанциях с горизонтальным программированием можно услышать музыку всех стилей: классическую, поп, рок, джаз и т.д.

Долгое время в нашей стране на государственном радио практиковался принцип «говорящей мелодии», когда песни для передач или для заполнения промежутков между ними подбирали так, чтобы слова или мелодия подкрепляли сказанное. Например, после передачи о железнодорожниках могла звучать песня со словами: «...он уехал прочь на ночной электричке...»

Сегодня произвольный подбор музыки характерен для многих станций, которые не ставят своей целью получение прибыли от музыкального вещания.

Значительно более строго и жестко обстоит дело с отбором музыкальных произведений на специализированных информационно-музыкальных станциях, хотя для неподготовленного слушателя, настраивающегося, например, на волны FM-диапазона, вся музыка, звучащая в эфире, может показаться «на один лад». Какая-либо одна композиция иногда звучит в течение дня несколько раз на разных станциях. У неискушенного слушателя создается впечатление, что музыкальный стиль и вкус у этих станций абсолютно одинаковый, – и он прав. Массив музыки, используемой в эфире, – общий для многих каналов. Разница заключается лишь в ограничениях на ту или иную музыкальную продукцию, обусловленных форматом.

Прежде чем композиция выходит в эфир, она проходит отбор. В первую очередь определяется ее принадлежность к тому или иному направлению. Если программный директор решит, что музыкальная композиция подходит формату станции, она проходит сортировку и тестирование.

Если радиостанция компьютеризирована, то информация о песне вводится в компьютер, который затем на основе информации о всей фонотеке составляет *плей-лист.* Программирование музыки основывается на результатах тестирования. Тестирование проводится по следующим параметрам: учитывается темп музыки, ритм, пол исполнителя, язык песни и пр. Эти данные заносятся в компьютер, который должен расставить музыку в эфире таким образом, чтобы, например, после двух быстрых мелодий звучала одна медленная или чтобы в течение часа (или дня) в эфире не звучали песни одной и той же группы, одного и того же исполнителя, не дублировались бы манера исполнения или музыкальный стиль композиций и т.д.

Ротация, или частота звучания песни в эфире, обычно соотносится с ее популярностью и положением в общенациональном или местном хит-параде продаж.

Программирование музыки во многом зависит и от времени суток. Эфир может быть спланирован так, чтобы определенные типы песен звучали в соответствующие промежутки вещательного дня, потому что в эти конкретные часы у станции есть аудитория, интересующаяся именно такими сочинениями. Музыка может варьироваться, переходя от одного временного отрезка к другому. Обычно такое программирование нацелено на привлечение разных возрастных групп общей целевой аудитории.

Есть станции, которые программируют свое музыкальное вещание, не меняя темповых характеристик в течение всего дня. Но большинство из них все же подгоняют конкретные музыкальные номера под эмоциональный настрой аудитории. Если утром молодой аудитории требуется повышенная энергичность, больше ритма и драйва, то станции, ориентированные на более взрослую аудиторию, на это время планируют менее ритмичную музыку. Днем ритм и темп музыки «для юных» могут замедляться, ранним вечером – снова убыстряться, ночью – входить в наиболее медленную фазу.

После составления плей-лист редактируется музыкальным или программным директором, и затем на основе этого листа библиотекарь или ди-джей подбирает из фонотеки материал для эфира.

Не все радиостанции имеют в своем штате директора музыкальных программ. Иногда программные директора сами отвечают за подбор музыкального материала. Если этим делом занимается программный директор, то задача музыкального в основном сводится к установлению контактов со звукозаписывающими компаниями и заказу музыкальных материалов, соответствующих формату радиостанции.

Звукозаписывающие фирмы или их дистрибьюторы присылают станциям промо-версии новых альбомов исполнителей (компакт-диски, реже – кассеты с музыкальным материалом, еще не поступившим в продажу, предназначенным только для «раскрутки» по радио). В штате звукозаписывающих фирм всегда есть люди, отвечающие за связи с масс-медиа, в том числе и с радио, они подбирают (иногда вместе с музыкальным директором) материалы для конкретной радиостанции.

Поступившие пластинки с новым материалом прослушиваются музыкальным директором. Он вносит записи в компьютерную базу данных, присваивает им порядковый номер, вносит также в компьютер фамилию музыканта или название группы, указывает длительность звучания, темп композиции, пол исполнителя и т.д. (на каждой станции есть своя градация), после чего они поступают в фонотеку.

Использование компьютерного программирования очень облегчает работу программных и музыкальных директоров, тем более что компьютерные фирмы постоянно совершенствуют свою программную продукцию. Информацию о положении песен в хит-параде программные директора получают из специальных изданий – информационных бюллетеней с национальным хит-парадом, а также из специализированных иностранных изданий Radio&Records, Music&Media, где публикуются таблицы популярности практически всех стран мира.

Основные вопросы, стоящие перед музыкальным директором, – определить, что будет звучать в эфире, когда и как часто. В этом случае работа музыкального директора, «отслушивающего» новый музыкальный материал и определяющего те композиции, которые могут стать потенциальными хитами и будут звучать на радиостанции, напоминает работу директора звукозаписывающей компании, который также на свой страх и риск решает, будет ли молодой исполнитель, принесший в студию демо-запись, «звездой» и стоит ли вкладывать в него деньга. И если боссы студии звукозаписи могут упустить потенциальную «звезду», а, следовательно, и деньги, то радиостанция, недооценившая молодого исполнителя и не ставшая «крутить» его песни, может недополучить значительную часть аудитории, возможных рекламодателей, лишиться некоторой доли прибыли, и как следствие – все это приведет к снижению ее рейтинга. Поэтому музыкальному директору необходимо иметь врожденное чутье на потенциальные хиты.

Роль рекламы в программировании. Рекламные услуги оказывают практически все станции. Это социальная и коммерческая реклама, объявления общественных организаций, анонсы разных событий, информационными спонсорами которых может выступать любая станция, даже религиозная.

Реклама на радио существует в виде репортажей и заказных передач, а также в виде роликов – самой распространенной формы подачи рекламы. Существует нескольких типов роликов:

– простой информационный (рекламный текст читается в один голос и накладывается на музыку);

– игровой (рекламный текст раскладывается по ролям и накладывается на музыку);

– музыкальный, или джингл (сочиняется песенка, рекламирующая товар; мелодия к ней или подбирается уже известная, или пишется специально);

– объявление (когда ведущий сам зачитывает в эфир рекламу клиента).

Рекламные ролики имеют разный хронометраж: от 5 секунд до 3 минут. Самый распространенный хронометраж на радио – 30, 45 и 60 секунд. Они объединяются в блоки – до 3–4 роликов, не более: перенасыщенность эфира рекламой может оттолкнуть слушателей.

Время и периодичность выхода рекламных блоков в эфир определяется многими факторами. Учитываются аудитория, на которую рассчитан рекламируемый продукт или услуга, время, в которое именно эта часть аудитории слушает станцию. Конечно, самое выгодное и дорогое время для рекламы – это прайм-тайм. Собственно, определение границ

прайм-тайма продиктовано лишь желанием руководства станции как можно дороже продать это время рекламодателю.

Типы роликов и их хронометраж во многом зависят от направленности станции. Реклама не должна раздражать слушателя, а подаваться дозированно, желательно, чтобы она органично вписывалась в формат. Например, если рекламный ролик предназначен для молодежи, то текст для него будет, скорее всего, написан с использованием сленга. Если же реклама звучит на религиозной станции, то не стоит ждать от музыкального фона рок-н-ролла или джазовых изысков.

Элементы «оформления» эфира в программировании. Заставки к передачам, звуковые послания редакции своим слушателям, анонсы, позывные, слоганы, даже сигналы точного времени – все эти небольшие по продолжительности (не более одной минуты) элементы программирования играют очень важную роль в создании неповторимого лица станции.

Во-первых, в совокупности они формируют в сознании аудитории устойчивый имидж радиостанции, обусловливают ее стиль и манеру общения, «рассказывают» слушателю о ведущих, о программах и событиях, которые происходят при участии станции. Если представить, что эфирная программа радиостанции – это товар, то элементы оформления эфира – его упаковка.

Во-вторых, элементы «оформления» эфира выступают в качестве структурирующих и темпообразующих элементов сетки вещания. Например, с помощью позывных можно ускорять или замедлять ритм вещания. Если «отбивать» каждую песню позывными, а после каждой третьей давать сигналы точного времени, то вещательный час разбивается на еще более мелкие отрезки – создается впечатление, что станция работает в «ускоренном режиме». Если же «отбивать» позывными только каждую пятую песню и при этом сигналы точного времени давать один раз в час – у слушателей будет складываться впечатление, что станция работает в замедленном темпе, но дает больше музыки.

Стиль ведущего как элемент программирования. Манера ведения эфира, тембр голоса ведущего и продолжительность его включений в музыкально-информационный поток, скорость речи – важнейшие интонационно-стилевые характеристики станции. Ведущий – ее лицо, поэтому он должен быть «органичной частью» формата.

ГЛАВА 7

РАДИОАУДИТОРИЯ И ЕЕ ИЗУЧЕНИЕ

Как бы ни оценивалось творчество отдельного журналиста, редакции, органа или канала информации, без выяснения их влияния на аудиторию эта оценка не может считаться окончательной и полной. «Через аудиторию» раскрывается и такое кардинальное понятие, как эффективность деятельности того или иного вида СМИ, и многие другие. Сведения о реакции аудитории позволяют вносить коррективы в деятельность редакций, т.е. осуществлять обратную связь, или интерактивное общение. Не случайно говорят, что радиовещание без изучения аудитории – это монолог в пустоту.

Аудиторию изучают представители различных наук, многочисленные организации и службы. Среди них есть государственные и частные, общероссийские и региональные, работающие в рамках вещательных организаций и универсальные социологические центры, принимающие любые заказы, в том числе и на аудиторные исследования. Знание аудитории – это одна из составляющих журналистской профессии, квалифицированный журналист без него не может состояться.

Представление о своей аудитории дает возможность радиожурналисту более целенаправленно выбрать проблемы, темы, конкретные факты и тем самым «попасть в точку», в настроение, которое в этот момент владеет слушателями. Можно более точно выбрать форму своего выступления, позаботиться о создании наиболее благоприятного «режима» восприятия. Иными словами, знание аудитории позволит прогнозировать воздействие сообщения на слушателей, поможет лучше ориентироваться в вопросах массового сознания, общественного мнения, получить представление об интересах, ценностях, установках, ожиданиях, стереотипах различных групп общества. Для журналиста это не отвлеченные понятия – он постоянно сталкивается с ними в практической деятельности, в процессе общения с аудиторией.

Методы, техника, приемы научного исследования аудитории близки к тем, которыми пользуется радиожурналист. Однако в социологии они разработаны более строго и более тщательно, чем в журналистской практике.

Изучение аудитории СМИ – специализированная отрасль социологии, социальной психологии, некоторых других дисциплин. Полезность овладения арсеналом научных средств по проблеме очевидна. Радиожурналист может обратиться к специальной литературе.

В этой главе учебника рассматривается научный подход к изучению радиоаудитории.

Понятие «аудитория СМИ»

Аудитория – это часть общества (группы населения) или все общество в их отношениях со СМИ.

Конкретное содержание понятия «аудитория» зависит от того, что принять за точку отсчета. Оснований для классификации аудитории существует несколько. Аудитория может выделяться по самым различным признакам, а именно:

– по средствам информации: аудитория печати, радио, телевидения; в конце XX века стала формироваться аудитория Интернета;

– по уровням канала: аудитория общероссийского (федерального), республиканского, краевого, областного, районного радио;

– аудитории программы, радиостанции, радиожурнала, рубрики, цикла, даже ведущего;

– по социально-демографическим признакам (возраст, пол, национальность, образование, религиозная принадлежность, профессия и т.д.): молодежная, женская, рабочая, воинская, русскоязычная аудитории.

Рассмотрим выделение аудитории по признаку пола. Даже аудитория одной радиостанции заметно подразделяется на мужскую и женскую. Так, радиослушательницы «Радио России» предпочитают радиоспектакли, радиопостановки, литературные чтения, передачи об отношениях в семье, о воспитании детей; радиослушатели – спорт, публицистические и общественно-политические передачи. Устойчивость отличий позволила создать специальное «женское» радио «Надежда» («все что угодно обязательно женским глазом», «мир женщины, но и другой взгляд даже на привычные проблемы» – таково ее кредо);

– по уровню доходов радиослушателей (особенно в коммерческом вещании). Существует радио для богатых, для людей среднего достатка. В концепцию многих радиостанций заложена ориентация на определенный материальный уровень жизни слушателей;

– по образу жизни, профессии: программы для тех, кто дома; для тех, кто работает за компьютером; для автомобилистов; для дачников;

– по интересам: аудитория спортивных программ; классической и «эстрадной» музыки; религиозных передач.

Социологи СМИ выделяют «реальную» и «потенциальную» аудитории. Знание того, кто реально слушает и кто может стать слушателем той или иной станции или программы, весьма существенно для работников радио.

Следует помнить, что выделение различных видов аудитории в определенной степени условно. Человек может быть представителем одновременно разных видов аудитории (пересечение аудиторий) или не входить ни в одну из них. В ситуации конкуренции в эфире, проникновения в него рыночных отношений понятие аудитории, ее подробная и тщательно проработанная классификация перестали быть предметом сугубо теоретического интереса – это вопрос выживания, самого существования радиостанций и программ.

Формы и методы изучения радиоаудитории

Анализ редакционной почты. Редакционная почта может рассматриваться как важный компонент редакционной и журналистской деятельности и как источник (письмо – человеческий документ) информации об аудитории, общественном мнении отдельных групп или даже общества в целом.

Отечественное радио имеет богатейший опыт работы с письмами. Редакции всегда вели их строгий учет, контроль и регистрацию. Многообразны были способы использования корреспонденции: обращения редакции в разного рода учреждения, ходатайства, просьбы, предложения, советы, информация; использование писем в качестве источника тем, фактов, проблем; прямое включение их в эфирные программы (передачи по письмам). Очевидно, что СМИ (и радио в том числе) выполняли функции и других социальных институтов, но такова была особенность отечественных СМИ и их отношений с аудиторией.

В середине 80-х годов почта Всесоюзного радио исчислялась сотнями тысяч писем в год. Позже она стала значительно беднее. Но и на рубеже XX и XXI вв. сказывалась традиция. Редакционная почта оставалась огромным информационным богатством. При этом возникают две проблемы: классификация писем и представительность авторов. Без их разрешения сложно раскрыть потенциал редакционной почты, сделать точные выводы и

заключения из знакомства с огромным количеством разнородных и разнохарактерных текстов, содержащихся в почтовых конвертах.

При классификации писем учитывается ряд таких параметров, как их автор, тематика, география и т.д. Эти и другие данные некоторые редакции заносят в компьютер, тем самым накапливая сведения об аудитории. Письма могут быть отнесены к той или иной группе:

– по характеру сообщаемых фактов: объективного характера и субъективного (мнения, оценки, представления, настроения);

– по характеру целей обращения: личные, государственные, общественные, смешанные;

– по непосредственному поводу обращения: «ситуационные» – по общей ситуации в стране, обществе; «вызванные» – отклики на передачи (часто журналисты непосредственно обращаются к ним, нередко их требует сам характер передач – конкурсы, викторины);

– по знаку содержащейся в письме информации: положительная (позитивная), негативная, сбалансированная (смешанная), без знаковой окраски.

Разумеется, каждая редакция имеет свои основания классификации почты, например по отношению к политической обстановке, крупным политическим акциям, лидерам или по отношению к определенным товарам, услугам (в коммерческом вещании). Наконец, что, может быть, особенно важно для журналистов, – по характеру предполагаемой реакции на письмо (будет использовано в передаче, передано в другие учреждения, принято к сведению).

Множество споров вызывает представительность почты, т.е. насколько точно отражаются в ней мнения аудитории. Приведем полярные точки зрения.

Почта является показателем эффективности вещания, количество писем – прямое свидетельство популярности передачи; изучить редакционную почту – значит изучить свою аудиторию. (Почта, действительно, подтверждает многие представления о слушателях. Однако следует помнить, что она может подтвердить и представления, прямо противоположные.)

Ориентация на письма может привести к неверным представлениям об аудитории. Во-первых, их авторы составляют лишь небольшую часть аудитории, а иногда и вовсе не входят в нее. Одно из давних исследований городской аудитории показало, что только около 3% опрошенных посылали когда-либо письма на радио (Всесоюзное, областное или городское). Ныне этот показатель, видимо, на порядок ниже. Во-вторых, письма в редакцию – явление специфическое, их авторы – фигуры, отличные от массового слушателя. И, наконец, многообразие, зачастую полярность мнений, высказываемых в письмах, – лишнее доказательство относительной ценности почты как канала обратной связи.

Однако вопрос не решается отметанием крайностей. Важно найти золотую середину, наметить концепцию и опробовать такой аппарат анализа, который помог бы устойчиво извлекать дополнительную информацию из редакционной почты.

Прежде всего изучаются социально-демографические параметры авторов. Письмо в редакцию – это социальный и социально-психологический акт, характеризующий личность автора (что довольно ясно проступает при классификации корреспонденции). Важно найти связи между этими характеристиками, выделить основополагающие признаки и создать возможную типологию.

Для того чтобы подтвердить верность своих построений, исследователи прибегают к помощи интервью (или анкеты) с авторами писем (по определенной выборке). Интересно выяснить, чем отличаются пишущие в редакцию от остальных слушателей: это можно узнать при сопоставлении структуры аудитории с составом авторов редакционной почты. Обычный прием при изучении этого вопроса – непременное использование контрольных групп («не авторы»).

Редакционная почта может дать правильное представление об аудитории только в том случае, если будут выполнены три условия: 1) необходимо изучать большой объем писем;

2) письма надо исследовать непрерывно на протяжении ряда лет; 3) их анализ должен идти по строго разработанной программе, корректными научными методами.

Анализ содержания звонков в редакцию. Эта форма близка к анализу редакционной почты. Звонки слушателей в идеале сначала фиксируются на пленку, расшифровываются и уже в виде письменного текста попадают в руки редакторов, журналистов, исследователей. Разумеется, большинство звонков направлено в передачи прямого эфира. При работе с этим родом информации возникают те же проблемы и используются те же методы, что и в случае редакционной почты.

Звонок в редакцию – своего рода поступок (заметим, и определенная трата средств); телефон доступен далеко не всем группам аудитории, тем более не всем регионам; современная массовая телефонная связь оставляет желать лучшего. И в то же время возможности связи для состоятельных людей за последнее время значительно расширились. При анализе звонков необходимо учитывать эти обстоятельства. Тем не менее, многие редакции совершенно обоснованно стали обращать внимание на этот слой информации (который помимо прочего дает возможность почувствовать живую реакцию аудитории). Так, на «Радио России» в течение уже многих лет практикуется еженедельный обзор телефонных разговоров со слушателями, что позволяет получить представление об их симпатиях и антипатиях по широкому кругу вопросов, и в первую очередь об отношении к передачам.

Принципы научного изучения радиоаудитории. Исследования аудитории делятся на теоретические («академические») и прикладные. Первые имеют целью сбор научных фактов для создания разного рода объясняющих и прогнозирующих концепций (о воздействии информации на массовое сознание, об особенностях формирования общественного мнения, о возникновении и роли установок в процессе отношения со СМИ). Прикладные исследования решают ряд оперативных вопросов, возникающих в практической деятельности (о влиянии ритма дня на прослушивание радиопередач, об уровне разного рода рейтингов и др.). Каждый вид исследований в определенной мере может выполнять те и другие задачи.

Изучаются психологические особенности восприятия радиопередач (внимание, воображение, память и т.д.), социально-психологические (влияние групповых норм и ценностей на восприятие информации, стереотипы), социологические (структура аудитории, ее ожидания, требования, запросы, интересы). Известны также лингвистические, социолингвистические и психолингвистические исследования. На изучение аудитории, в том числе и на исследовательскую задачу, должны распространяться фундаментальные научные принципы. Это общий подход к проблеме, который только и может дать значимые результаты.

СМИ, являясь социальными институтами, непрерывно изменяются и развиваются вместе с изменением и развитием общества. Поэтому при изучении их обязателен методологический принцип рассмотрения любого явления в его развитии и преемственности, т.е. историзм.

Специальные исследования радиоаудитории начались практически одновременно с появлением радиовещания. (Заметим, что Россия имеет давние традиции изучения читателей, известна блестящая прессовая анкета для читателя регулярного сельскохозяйственного издания, относящаяся к XVIII веку.) Причем уже с самого начала внимание уделялось различным группам слушателей (радиовещание развивалось как массовое средство информации, рассчитанное на все слои населения). Например, особо была поставлена задача изучения еще только возникавшей аудитории села. Считалось, что заниматься этим делом должны грамотные люди (учителя, врачи, культурные работники, так называемые «избачи»).

В силу ряда причин политического и идеологического характера социологические исследования в 30-е годы были прерваны и возобновились только в начале 60-х годов, т.е. после почти 30-летнего перерыва. Разумеется, в течение этого периода сведения об

аудитории не переставали поступать через редакционную почту, а также благодаря различным конференциям слушателей, в процессе журналистской практики, из статистических публикаций и других источников. Естественно, за эти годы произошли значительные изменения в составе аудитории и в отношении ее к радиовещанию.

Начиная с 60-х годов, несмотря на социальные потрясения в стране, аудиторные исследования не прекращались, хотя часто им не хватало глубины и систематичности. Сравнение социологических данных позволяет проследить изменения социально-демографического состава слушателей, их «аудиторного поведения», образа жизни, отношения к радио (потребности, интересы, ожидания, мотивы и т.д.). Принцип историзма в изучении аудитории воплощается в мониторинге аудиторных исследований, т.е. в непрерывности, долговременности, сопоставимости научного наблюдения, что и позволяет делать оперативные прогнозы и намечать перспективы, а главное – постоянно корректировать практику радиовещания.

Второй принцип, который необходимо соблюдать при исследовании СМИ, – это принцип системности. Он обусловлен тем, что и СМИ, и аудитория являются структурами с определенными свойствами и границами. Исследователи аудитории рассматривают человека как:

а) реципиента (читателя, слушателя, зрителя), т.е. только в одной из бесчисленных его ролей;

б) представителя определенной группы, а не отдельную личность.

Но человек, сам представляя собой сложную систему, включен в другую сложнейшую систему – в общество. При этом множество связей и отношений не попадает в поле зрения исследователя специфических проблем. Кроме того, причины слушательского поведения часто лежат вне отношений «слушатель – радио». Это обстоятельство следует обязательно учитывать, пренебрежение им в практике радиовещания приводит к возникновению так называемых «эффектов бумеранга», дисфункциям.

Исследователь радиоаудитории, как правило, старается выяснить целый ряд связей и отношений, которые на первый взгляд не относятся непосредственно к изучаемой теме. Любые сведения о степени социальной активности, системе ценностей, о мировоззрении и мироощущении (менталитете) различных групп аудитории помогают понять, объяснить и спрогнозировать те или иные акты конкретного аудиторного поведения. Если иметь в виду, что СМИ являются частью (подсистемой) управляющей системы общества (не зря их называют четвертой властью), станет понятной обоснованность системного подхода к их общему и конкретному анализу.

И, наконец, третий критерий, третье непременное условие успешного научного исследования аудитории – комплексность. Она заключается:

а) в разнообразии объектов исследования; это и статистические данные о населении, и мнения, оценки, ожидания, требования, представления, интересы слушателей, и тексты передач, и, наконец, фигура радиожурналиста в его многообразных отношениях с аудиторией;

б) в использовании широкого арсенала методов: опросов, наблюдений, экспериментов, тестов, содержательного анализа текстов (контент-анализ), технических методов;

в) в участии представителей различных наук: теоретиков журналистики, психологов, статистиков, лингвистов, математиков, социологов, а следовательно, в применении понятий, подходов, характерных для этих областей знаний.

Комплексность исследования способствует получению разнообразной и разнохарактерной информации, что позволяет делать более глубокие выводы, отыскивать важные факторы поведения аудитории, связи, ускользающие при ином подходе.

Выборка в аудиторных исследованиях. В поле зрения исследователя неизбежно попадает лишь незначительная часть аудитории. Но полученные им данные при изучении этой части должны представлять целое, что возможно только при условии правильной выборки – подборе таких групп, которые структурно повторяли бы всю аудиторию

(генеральную совокупность), тем самым создавая как бы микромодель всей аудитории. Известны различные виды выборки. Важно рассмотреть принципиальную допустимость экстраполяции (распространения) картины мнений нескольких сотен опрошенных на десятки или даже сотни тысяч человек.

Каждый человек – неповторимый мир сознания. Однако в некоторых областях отношений поведение людей в существенных чертах является сходным. Это в полной мере относится к слушателям радио (можно говорить о слушательском поведении). Не может быть двух одинаковых слушателей, но существуют группы слушателей, группы аудитории, которые демонстрируют близкое слушательское поведение. Эта повторяемость и делает возможным изучение аудитории. При обработке некоторого количества исследовательского материала (анкет) вдруг выясняется, что разнообразие мнений начинает резко сокращаться. Идет простое их количественное накопление, и дальнейший опрос уже не имеет принципиального значения. Более того, в этом случае кроме естественных издержек он может привести к появлению ошибок.

Цель выборки – оптимально определить необходимую совокупность, т.е. точно установить существенные характеристики и число их носителей (и, разумеется, выдержать выборку).

Исследование, основанное на изучении выборочной совокупности, хорошо представляющей совокупность генеральную, называют представительным, или репрезентативным, а выборку – квотной. Журналисту, который пользуется данными социологического исследования, прежде всего необходимо поинтересоваться выборкой: насколько она корректна и представительна.

* * *

Остановимся несколько подробнее на тех методах изучения радиоаудитории, которые имеют много общего с методами журналистики в процессе сбора информации.

Анкетный опрос. Как и всякое исследование, анкетный опрос предполагает точную постановку проблемы, выбор предмета и объекта, определение целей и задач, интерпретации понятий, разработки программы, способов измерения.

Анкета должна иметь научное обеспечение, учитывать аудиторию, которой предназначена: анкеты для массовых слушателей и журналистов будут отличаться друг от друга и постановкой проблем, и выбором тем, и языком. Должны быть разными анкеты, например, для слушателей классической музыки и любителей модного молодежного направления. Хотя обе данные аудитории «ориентированы на музыку», они заметно отличаются друг от друга, у них разный состав, разный менталитет, они слушают разные станции, у них различен тезаурус (словарь, набор понятий). Все это при составлении анкеты должно учитываться.

В массовой анкете недопустимо употребление терминов, очевидных в журналистской среде (формат, имидж, радийность, «комментированная информация», действенность и т.п.), но которые для опрашиваемого могут быть неизвестными. Формулировки вопросов должны быть точными и не допускать разночтений. Например, ответы на вопрос: «Постоянно или иногда вы слушаете (смотрите) ту или иную программу?» – не принесли полноценной информации, поскольку в нем не разъяснялось, что понимается под словами «постоянно» и «иногда». Для одних «постоянно» – значит ежедневно, для других – это раз в неделю. Даже вопрос «Имеете ли вы радиоприемник?» может быть понят по-разному: есть ли радиоприемник у вас в семье? в общежитии? являетесь ли вы его владельцем?

Еще одно требование к анкете – хорошая «психологическая разработка». Составители должны «прочувствовать» весь процесс ее заполнения, поставить себя на место отвечающего и предусмотреть возможные затруднения.

Начинается анкета с введения, которое поясняет, кто, с какой целью, среди каких групп проводит опрос и как будут использованы полученные данные. Цель введения анкеты – убедить в важности данной акции опроса, в ценности сотрудничества с опрашиваемым, разъяснить условия анонимности и порядок заполнения анкеты.

Далее следуют простые, нейтральные вопросы (слушаете ли Вы радио? как часто? имеете ли дома радиоприемник?). Постепенно вопросы становятся более сложными. При этом происходит «отсеивание» и «размежевание» опрашиваемых: тех, кто радио не слушает, просят не отвечать на некоторые из последующих вопросов или ответить на ряд специальных (о причинах неслушания). Трудные вопросы располагают в середине анкеты. К концу анкеты сложность вопросов должна уменьшаться, поскольку угасают интерес к ним и внимание отвечающего. В заключение предлагается сообщить ряд сведений о себе (так называемая «паспортичка»).

В анкете используются закрытые, открытые и полуоткрытые вопросы. Закрытым называется вопрос, который в качестве ответа предлагает выбрать одно или несколько суждений («закрытий», «подсказок»). Открытый вопрос предусматривает свободный ответ опрашиваемого: «Какие еще передачи Вы хотели бы услышать по нашему радио?» Полуоткрытый содержит набор ответов (суждений) для выбора и возможность добавить от себя нечто, в этом наборе отсутствующее (например, темы или проблемы передач, круг приглашаемых в передачи гостей и т.д.).

Приведенные выше вопросы относятся к *личным. Безличные* вопросы ставятся в иной форме, например: «Люди пользуются различными способами для выражения своего мнения по тем или иным вопросам. Как Вы думаете, когда мнения высказываются наиболее полно и откровенно, а когда менее откровенно?» Далее перечисляется ряд способов выражения мнения. Ответ опрашиваемого фактически характеризует его собственную точку зрения, взгляд на вещи, а не представление о мнениях других, как это может показаться. Безличная форма, особенно при остро поставленных вопросах, способствует большей раскованности, непосредственности в высказывании суждений.

Формы *прямых и косвенных вопросов* зависят от ответов. Те вопросы, ответы на которые интерпретируются буквально, являются прямыми. Косвенные вопросы предполагают определенное переосмысление, как бы перекодирование ответов (как это имеет место, например, при безличной постановке вопросов – вопрос о «других», ответ об «опрашиваемом»).

При *проективных вопросах* задается некоторая гипотетическая ситуация и предлагается высказать суждение о ней. Например: «Представьте себе, что в силу каких-то обстоятельств Вы могли бы пользоваться только одним средством информации. На каком из этих средств Вы остановили бы свой выбор?» Такая форма помогает избежать определенных психологических затруднений, а иногда делает анкету более увлекательной.

Вопросы могут быть *основными и контрольными.* Контрольный вопрос призван уточнить, дополнить основной, проверить полноценность ответов на него. Форма основных и контрольных вопросов может быть самой разной. На прямой вопрос о недостатках радио опрашиваемый в силу каких-либо причин отвечает, что, по его мнению, недостатков нет. Но ответы на тот же вопрос, поставленный в иной форме, показывают, что его не удовлетворяет тематика, что он не согласен с позицией редакции по ряду проблем, что радиовещание не оперативно, слабо отражает мнение широких слоев населения и т.д.

Альтернативные вопросы предполагают выбор из двух взаимоисключающих суждений. Опрашиваемого просят высказать свое мнение о задачах журналиста, выбрав суждения из альтернативных пар. Приведем пример из анкеты:

«1. Журналист в своих материалах не должен останавливаться на спорных, нерешенных вопросах.

2. Журналист в своих материалах должен, прежде всего, останавливаться на спорных, нерешенных вопросах».

Интервью. Это вид опроса, основанный на личной беседе интервьюера с опрашиваемым. Многие требования к анкетированию применимы и к интервью. Но форму последнего используют, когда необходимо более глубокое проникновение в мир личности, в мир его сознания.

Интервью – прекрасный поисковый метод. С его помощью можно уточнить проблему, наметить круг основных вопросов, тем, пути их исследования.

Интервью может выполнять контрольные функции, служить проверкой надежности других методов или каких-нибудь предпринятых практических шагов (например, выяснить, как воспринимается новый тип программы, новый формат радиостанции и т.д.).

Этот вид опроса имеет ряд преимуществ перед анкетой: он лучше обеспечивает репрезентативность. Интервьюер обычно прекрасно знает, с кем необходимо беседовать, какими социально-демографическими или иными характеристиками должен обладать его собеседник, и получает более точную, содержательную информацию.

Есть несколько видов интервью.

Стандартизированное – проводится по вопросному листу, интервьюер довольно жестко его придерживается, сам фиксирует ответы. Как правило, используются открытые вопросы.

Полустандартизированное – опросный лист также присутствует, но не все вопросы являются открытыми. Интервьюер имеет свободу действий не только при обсуждении проблем открытых вопросов, но и в выборе очередности, формулировки. Есть отличительные особенности и в фиксировании ответов: интервьюер часто получает задание сохранить особенности речи опрашиваемого. Может применяться диктофон.

Свободное – проводится без опросного листа и требует тщательной подготовки. Заранее намечаются общий план, круг тем, проблем, иногда и вопросы. Эта форма требует высокой квалификации интервьюера.

Фокусированное (иногда его называют «фокус-метод», предполагающий опрос «фокус-групп») – основанное на анализе определенной ситуации, в которой участвовал опрашиваемый. Например, опрашиваемый прослушал какую-то передачу. Интервьюер выясняет реакцию на нее (передача предварительно тщательно анализируется), фокусируется (желательно, незаметно) внимание опрашиваемого. Так, серия вопросов, задаваемых школьникам после прослушивания ими выпусков известной некогда передачи «Радионяня», ставила целью выяснить, насколько эффективны игровые формы (сценки, диалоги, стихи, шуточные песенки) при подаче учебного материала (например, правил грамматики).

Показательно и еще одно фокусированное интервью в учебной радиостудии факультета: выяснялось отношение юных радиослушателей к детской юмористической передаче. Выпуск этой передачи предварительно анализировался, намечались вопросы по ключевым моментам. Приглашенные школьники прослушивали запись передачи, и сразу же проводилась беседа. Сначала просили просто перечислить кадры, из которых состояла передача. Некоторые кадры не запомнил никто. Затем предлагали определить хронометраж отдельных эпизодов (естественно, он был выверен заранее). Понравившиеся эпизоды в оценке получились короче, не понравившиеся, скучные – длительнее реального времени звучания. Спрашивали, что самое смешное. Передача содержала звуковые «подкладки» специально записанного на пленку смеха. Школьники так выразили свое к ним отношение: «Противно, когда взрослые люди смеются, как идиоты!»

Коммерческие музыкальные станции практикуют прослушивание и оценку различных музыкальных фрагментов специальными группами, отрабатывая наиболее оптимальные варианты избранного формата, призванного поддерживать их высокий рейтинг. Подобным образом проверяется эффективность рекламы: меняя ее элементы, можно выбрать наиболее действенную стилистику и форму.

Следует упомянуть об *интервью по телефону,* которое обычно привязано к определенной передаче, программе, вещательному дню и проводится «по горячим следам». Опрашиваемых подбирают с помощью случайной выборки (например, по телефонной книге). Вопросы могут задавать только эксперты. Ответы отмечаются в опросном листе или записываются на диктофон.

Этапы интервьюирования. Обычно интервью включает в себя следующие этапы (каждый из них требует определенного поведения интервьюера).

1. Представление. Объяснение цели. Объяснение принципа анонимности (опрашиваемый известен интервьюеру, но его фамилия нигде в дальнейшем фигурировать не будет, а ответы будут рассматриваться в ряду других ответов). На этом этапе происходит установление контактов, налаживается атмосфера сотрудничества и деловитости.

2. Закрепление контакта и первые вопросы (как правило, несложные по содержанию и нейтральные по характеру).

3. Основная рабочая часть интервью – беседа о наиболее важных, сложных, острых проблемах.

4. Завершение беседы – уточнения, обобщения, некоторые данные социально-демографического характера.

Анализ документов. При изучении радиоаудитории применяется содержательный анализ (контент-анализ). В качестве основного метода он выступает при анализе почты и содержания передач. Суть его заключается в выделении качественных единиц текста и единиц счета, установлении связей между качественными и количественными характеристиками.

За смысловые единицы текста принимаются:

– понятие, например «права человека»: в применении к каким ситуациям употреблено это понятие? с каким знаком? и т.д.;

– тема – она может быть выражена и минутной информацией, и получасовой программой;

– имена и названия разного рода;

– события и факты, отраженные в тексте.

Единицами счета служат число строк и знаков, метраж пленки, длительность ее звучания.

Приведем в качестве примера контент-анализ содержания новостного выпуска «Маяка».

Единица измерения — сообщение. Анализировались география материала, тематика, форма подачи, оперативность.

Степень оперативности: абсолютно оперативная информация (трансляция с места события); оперативная информация (событие произошло только что, событие произошло сегодня); сообщение неоперативно; из сообщений неизвестно, когда произошло событие. Опережающая информация: «сегодня состоится...»

Фактический объем в программе «Маяка» информации на экономические, научные темы и темы культуры и быта сравнивался с запросами слушателей. Это дало возможность сопоставить реальное содержание информации и тематические интересы аудитории.

Наблюдение. Этот метод основан на фиксации фактов и событий действительности очевидцем. От наблюдения в обыденном значении этого слова наблюдение-метод отличается тем, что оно производится по специально разработанной программе: осматриваются заранее выделенные объекты, обращается внимание на проявления определенных характеристик и качеств. Исследователь использует особые единицы наблюдения, применяет специальную технику фиксирования данных (например, на бланках-протоколах).

Различают *наблюдение включенное,* когда наблюдатель сам является участником ситуации, включившись в нее, и *наблюдение невключенное* – «со стороны». Говорят о наблюдении участвующем, когда наблюдатель выбирается из числа представителей определенной группы и информирует исследователей (например, о восприятии радиопередач в своей среде).

Наблюдения бывают «полевые» (проходящие в естественных условиях) и лабораторные. Благодатные возможности для наблюдения за радиоаудиторией были в те далекие годы, когда прослушивание передач проходило, как правило, коллективно: на

площадях, в Домах культуры, в клубах. Сегодня, когда радио слушают в основном в узком кругу или вообще индивидуально, условия для использования этого метода стали иными. Наиболее применим он в лаборатории. Выше мы приводили пример применения фокусированного интервью в учебной радиостудии факультета журналистики. Во время прослушивания школьниками передачи велось тщательное наблюдение за их реакцией: степень внимания, одобрение или неодобрение, разговоры, удивление, вопросы, реплики, смех и т.д. Все эти элементы сопоставлялись с фрагментами звучащего текста.

Чаще всего метод наблюдения применяется наряду с другими методами. Примером может служить «дневник радиослушателя», сочетающий опрос (ответы на вопросы бланка), наблюдение (точнее, самонаблюдение), анализ текстов (дневников) с элементами эксперимента.

Определенные группы ведут в течение некоторого времени дневники слушания, которые потом анализируются исследователями. Конечно, очень интересно получить «естественные» записи, форма и содержание которых выбраны самим слушателем.

Однако далеко не все слушатели могут вести такие записи: одни просто не умеют, другие не хотят тратить на это свои силы и время. Кроме того, информация, полученная таким образом, бывает трудносопоставимой. Поэтому форма дневника обычно задается, скажем, в виде бланков с вопросами.

Самое важное, чтобы слушатели под влиянием возложенной на них задачи не изменили своих обычных взаимоотношений с радио, не стали уделять ему повышенное внимание, справляться при записи с различными источниками и мнениями других лиц.

Аудиометрия. В практике известны «технические» способы исследования радиоаудитории, когда специальные счетчики подключаются к приемникам и телевизорам с согласия их хозяев и регистрируют просмотр и прослушивание передач. Семьи, в которых устанавливаются такие счетчики, выбираются по ряду социально-демографических признаков. Информация о просмотре и прослушивании может поступать в исследовательский центр в автоматическом режиме. Автоматизирована и ее обработка – данные могут предельно оперативно учитываться и использоваться. Показания счетчиков дополняются дневниками слушателей и зрителей или интервью с ними. Однако эти «технические» способы изучения радиоаудитории достаточно дорогостоющи и применяются в основном для изучения аудитории коммерческого вещания при разработке принципиально новых для данной станции рабочих проектов.

Рейтинг передачи

В 90-е годы в России большое распространение получили рейтинговые исследования. Социологические службы стали проводить рейтинговые опросы сначала московской, а затем и российской аудитории. Рекламодатели платят за них хорошие деньги.

Внедрение коммерческих основ вещания заставило и журналистов считаться с рейтингами передач, так как судьба их работы (будет ли их программа в сетке вещания?) во многом стала зависеть от этого «всемогущего» показателя.

Для человека, входящего в профессию, очень важно знать, что же стоит за словом «рейтинг». Что он характеризует?

Надо отметить, что понятие **«рейтинг»** пришло в социологию массовых коммуникаций, а затем и в наш обиход из маркетинговых исследований. Рекламодателям необходимо было знать, сколько людей увидели или услышали конкретную рекламу в момент ее появления в эфире. Для этого и была разработана методика определения рейтинга передачи, до, после или в середине которой ставилась реклама. Таким образом, передача рассматривалась как образующий аудиторию фактор, гарантирующий рекламе то или иное количество слушателей определенного состава. Поэтому в строгом смысле «рейтинг» – это

количество людей, которые слушали (смотрели) конкретную передачу в конкретный отрезок времени, людей, наделенных определенными демографическими и социально-психологическими особенностями.

От чего зависит величина рейтинга? В определенной степени – от содержания, формы, тематики передачи; от персон, ведущих передачи; времени трансляции; режимов, стереотипов жизни различных слоев населения; программной ситуации между различными каналами; сезона, будней или выходных; дня недели (известно, например, что в понедельник ежедневные программы, как правило, имеют более высокий рейтинг, чем в другие дни недели) и, как ни странно, даже от погодных условий.

Однако постепенно в нашей жизни слово «рейтинг» стало пониматься очень широко: это и популярность передачи, и оценка ее качества, и оценка журналистского мастерства. Можно говорить о рейтинге ведущих, рейтинге политиков, фильмов и т.д. и т.п. Но это уже достаточно вольное понимание термина.

Известно, что профессиональные суждения о качестве передачи, ее содержании часто не совпадают с мнениями массового зрителя. Сплошь и рядом мы встречаем примеры, свидетельствующие о том, что интеллектуальные, высокопрофессиональные программы имеют очень низкий рейтинг по сравнению с различного рода «массовыми», «всенародными» передачами. Однако мастерство, различные профессиональные решения правильнее оценивать по законам профессионализма, а не по мнению большинства. Но это лишь одна сторона взаимоотношений автора и зрителя.

Достаточно распространенной является ситуация, когда авторы передачи рассчитывают, что их программа привлечет внимание одних групп аудитории, в действительности же она завоевывает интерес совершенно других групп. Журналисты, уверенные, что уж они-то знают жизнь и своего слушателя, и зрителя, на деле нередко становятся жертвами собственных иллюзий. Именно поэтому очень полезно знакомство журналиста с данными социологических опросов.

В условиях бурной коммерциализации эфира информация о рейтинге оказалась для теле- и радиокомпаний главной и, увы, достаточной, чтобы удовлетворить капризного рекламодателя, а значит, не только выжить, но и жить вполне сносно.

Однако задумаемся: при чем же здесь сами слушатели или зрители? где их мнения? Ведь фактически получается следующее: рейтинг – это «слушали – не слушали» передачу, а мнения о ней уже никого не интересуют! У аудитории уточняется лишь факт знакомства с конкретными передачами, характер выбора из того, что ей уже предложено.

Социология журналистики в четкой системе критериев оценивает и учитывает все до малейших деталей: скорость речи ведущих, их манеру держаться в эфире, музыкальное оформление и т.д. Такой тип всесторонней оценки и изучения совместной работы журналистов и социологов называется «социологическое сопровождение программ». Благодаря прочной обратной связи такое сопровождение позволяло оперативно корректировать молодое «перестроечное» вещание 80–90-х годов.

В силу многих обстоятельств к концу 90-х годов «собственных» социологических служб у телерадиокомпаний фактически не осталось. В развернувшейся гонке за рейтингом любая такая служба не имела бы шансов устоять под напором обывательских обвинений в ведомственной необъективности, «подтасовке цифр», «подыгрывании своим». Его Величество рейтинг потребовал привлечения независимых социологических центров, которые охотно откликнулись на требования времени, быстро освоив новое направление массовых опросов (благо, глубокого знания телерадиопроблематики от них не требовалось). В итоге независимые социологи получили несложный заказ, у вещателей есть что предъявить рекламодателю.

Некоторые службы с целью повышения доверия заказчика к получаемой информации стали прибегать к реализации идеи электронных опросов аудитории – аудиометрии: получаемая информация записывается миникомпьютером и в определенное время, ночью, по телефонным сетям передается на центральный компьютер, где обрабатывается, а затем

направляется заказчикам в виде графиков или таблиц распределения аудитории по каналам и передачам. В западной практике такие данные поступают к заказчику либо в режиме «on line», либо на следующее утро после трансляции передач. Обычно потребителями этих данных становятся дирекции программ телеканалов или радиостанций, а также рекламные компании.

В журналистской среде введение электронной аудиометрии обычно расценивается как источник данных высочайшей точности («уж если электронное, то, значит, все честно и без подделок!»). Но практика показывает, что даже без специальных намерений что-либо исказить электронная система волей-неволей имеет свои погрешности и ограничения. И данные, получаемые таким способом, характеризуются ощутимым разбросом.

Сравнение одной и той же информации, полученной электронными измерениями различных исследовательских служб, показывает, сколь трудно определить, чья же из них ближе к истине. Поэтому относиться к информации, полученной таким путем, надо с осторожностью, как к данным, характеризующим в большей мере направленность процесса, обнаруженную тенденцию, а не как к абсолютной цифре, которая может быть только такой, а не иной.

Разговор о точности и ошибках выборки при различных социологических исследованиях иногда приобретает принципиальное значение в работе журналиста. Рассмотрим такую ситуацию. Нередко на телеэкране можно видеть рейтинги политиков, очень мало отличающиеся друг от друга. Например, в телевизионных «Итогах» (НТВ) ведущий знакомит зрителей с еженедельными или ежемесячными рейтингами политических деятелей. Приводятся данные о том, что политик А имеет рейтинг 8%, политик В – 9, политик Г – 10%. Казалось бы, рейтинг выстроен. Но ведущий указывает, что ошибка выборки в данном исследовании составляет, например, ±5%. В этом случае фактически весь приводимый рейтинг теряет смысл, так как любая из приведенных цифр в действительности может колебаться в пределах ±5% от приводимых значений.

Желание ведущего быть оракулом, предугадать ход событий приводит к тому, что на экране появляются «сравнительные» данные, характеризующие якобы происшедшие изменения в 1–2–3%. Опять же при существующей ошибке выборки эти «изменения» говорят лишь об одном: расстановка политических сил, в сущности, осталась прежней. Именно поэтому журналист, имеющий дело с социологической информацией, должен знать, каков класс точности у информации, которой он пользуется.

В то же время надо иметь в виду, что рейтинг, какой бы «точности» он ни был, сам является носителем вполне конкретной неопределенности. Приведем пример относительности того или иного рейтинга. Возьмем данные «совсем точного» рейтинга, полученного с помощью швейцарской системы пиплметров. В представленных данных мы обнаруживаем, что каждая передача имеет еще и поминутный рейтинг изменения аудитории. Вот как, например, изменялось количество зрителей в ходе трансляции 25-минутной передачи:

Минуты	**дитория, %**
1	**11**
2	**13**
4	**17**
–	**–**
18	**23**
19	**20**
20	**16**
–	**–**
24	**15**
25	**12**

Как видим, изменения размеров аудитории во время трансляции передачи составляют от 11 до 23%. А ведь это очень ощутимая динамика! В наших российских условиях это десятки и сотни тысяч слушателей.

Социологу же необходимо обычно представить рейтинг передачи одним значением. Как ответить на, казалось бы, простой вопрос: «Сколько людей слушало передачу?» Если взять самое большое значение рейтинга в ходе передачи (18 мин. – 23%), то мы скажем только одну правду – на 18-й минуте у радиоприемников было максимальное число слушателей.

Можно пойти по другому пути: вывести среднее арифметическое или среднее взвешенное. Но, как и любая средняя величина, она не лишена условности, относительности. И, наконец, можно дать еще один показатель: сколько всего людей обращалось к прослушиванию этой передачи (неважно, полностью они ее смотрели или частично). Все это разные подходы, и каждая социологическая служба для расчетов рейтингов может воспользоваться любым из них.

Для того чтобы избежать расхождений в научных подходах и добиться максимальной сопоставимости данных, социологи договариваются об определенных стандартах в выборе показателей. Один из таких показателей (тоже своеобразный рейтинг) называют словом **«шер»** (доля). Он характеризует величину аудитории каждого канала в конкретный момент времени, исчисляемую от общего количества людей, включивших в этот момент свои радиоприемники или телевизоры. В этом принципиальное отличие этого показателя от рейтинга, исчисляемого от общей величины радио- или телеаудитории в данном городе или регионе. Приведем условный пример:

станции **ресенье 10.00**						
инг передачи о всем шенным)						
передачи о всем тем, кто ал передачи в ый момент на ых каналах)						

В отличие от обычного рейтинга шер показывает, как реально складывается борьба за слушателя или зрителя в определенное время между передачами различных каналов. Работникам программных служб шер позволяет ясно видеть конкурентные возможности каждой передачи в различных программных ситуациях.

Вот пример одной из реально существовавших в середине 90-х годов ситуаций в программировании телепередачи. Постоянная рубрика «Детектив по понедельникам» шла в 20.30 на втором канале (РТВ) и была чрезвычайно популярна. Шер показывал: все, что транслировалось по остальным каналам в то же самое время (реклама и другие передачи), автоматически теряло половину своей потенциальной аудитории. С другой стороны, в это же время (в 20.30 по вторникам) на первом канале (ОРТ) шла бывшая тогда на пике популярности программа «Тема». Работники программных служб четко знали, что во время эфира «Темы» передачи других каналов не выдерживают конкуренции. Вроде бы один и тот же отрезок вещания перед программой «Время», но шер ясно показывал, что в зависимости от конкретной ситуации только одна передача могла стать победителем или проигравшим.

По сути дела, величина шер помогает программным службам сформулировать принципы построения сетки вещания на канале, определить, что ставить в конкретный день, под конкретные передачи других каналов: фильм, спортивную трансляцию или что-либо

еще? Важно, чтобы каждая передача имела наиболее *выгодные условия для конкуренции* в эфире.

Радио- или тележурналист обязан знать, когда, в какое время наступает на его родном канале прайм-тайм (наибольшее количество слушателей или зрителей), какие группы населения и в какое время чаще слушают, смотрят передачи канала. Так, прайм-тайм у разных радиостанций, в силу того что многие из них стремятся работать на свои группы слушателей, складывается по-разному. Например, для радиостанции «Милицейская волна» он связан с транспортными потоками в утреннее и вечернее время, а для «Радио Спорт» во многом будет определяться временем прямых трансляций футбола, хоккея и других наиболее массовых и любимых в стране видов спорта.

Исследования аудитории показывают, что ориентации слушателей и зрителей на каналы радио и телевидения бывают различными в разные сезоны. Так, размеры аудитории в осенне-зимний период значительно больше, чем в весенне-летний. В средней полосе европейской части России радио и ТВ наибольшую аудиторию имеют в феврале и наименьшую – в июле. Причем чем дальше от средней полосы на север или на юг, тем менее ощутимыми оказываются эти сезонные перепады в параметрах аудитории.

Эту специфику изменений аудитории используют почти все вещатели, организовывая свою работу по весенне-летнему и осенне-зимнему расписаниям передач. Правда, некоторые станции предпочитают поквартальное планирование, считая, что таким образом можно более точно учесть специфические сезонные интересы аудитории.

Нужно также иметь в виду, что в течение суток и в будние, и в воскресные дни аудитория имеет свою динамику развития и претерпевает значительные изменения.

Многолетние наблюдения динамики телерадиоаудитории в обычные рабочие дни показывают, что на радио основной прайм-тайм наступает в утренние часы. В это время радио в целом имеет аудиторию даже большую, чем телевизионные каналы. Немного увеличивается аудитория также в обеденный перерыв и в вечернее время после 17.00. Однако динамика этих процессов на радио выражена значительно слабее, чем на телевидении.

К этому следует добавить, что в воскресные дни у каналов обычно общие размеры аудитории становятся несколько меньше, но увеличивается объем прослушивания или просмотра передач.

В вечернее время массовая аудитория в большинстве своем смотрит телепередачи. На телевидении прайм-тайм начинается с 17.00 до 23.00, а его пик приходится обычно на 21.00. Ночное вещание ориентировано на отдельные слои аудитории, поэтому большинство и радио-, и телевизионных программ узкодифференцированы по самым разнообразным интересам отдельных групп аудитории. Каждая передача собирает, обслуживает и удовлетворяет запросы аудитории, состоящей из людей определенных интересов.

ГЛАВА 8

МЕЖДУНАРОДНОЕ РАДИОВЕЩАНИЕ

Подготовка и выпуск в эфир радиопередач, предназначенных для радиослушателей за рубежом, – особый вид вещания. Оно ведется как на иностранных языках, так и на языке страны – субъекта вещания.

Термин «международное радиовещание» широко используется в научной и популярной литературе, а также в журналистской практике. Наряду с ним употребляются термины «иновещание», «вещание на зарубежные страны», «внешнее радиовещание», «зарубежное радиовещание». Все они являются синонимами.

В рамках страны – субъекта вещания международное радиовещание является важной частью системы национальных средств массовой информации. В то же время оно представляет собой элемент системы глобального обмена информацией, включающей также печать, телевидение, туризм, разного рода международные связи и организации, дипломатические каналы.

На жителей земного шара сегодня обрушивается гигантский поток информации из разных стран на разных языках. По данным ЮНЕСКО и других источников, к концу тысячелетия в мире выходило 8896 ежедневных газет общим разовым тиражом свыше 400 млн. экземпляров, функционировало почти 70 тыс. радио- и телестанций. У населения планеты насчитывалось около 1,5 млрд. телевизоров и свыше 2 млрд. радиоприемников. Таким образом, на каждую тысячу человек в среднем ежедневно приходилось около 100 газет, 236 телевизоров и 380 радиоприемников.

Почти все государства мира ведут активную информационную деятельность на международной арене, участвуют в обмене информацией, причем эта деятельность постоянно расширяется, меняются ее направления, цели и методы. Это связано с рядом экономических, социально-политических и технических факторов, как в самих странах – субъектах информационной деятельности, так и во всем мире в целом. На масштабы современного международного обмена информацией огромное влияние оказывают изменения, которые происходят в международной обстановке, расширение и углубление всех видов международного сотрудничества.

Исторический опыт показывает, что международное радиовещание может служить интересам международного сотрудничества, углубления взаимопонимания, доверия, добрососедства и партнерства, но в иных условиях оно может стать и фактором, дестабилизирующим международную обстановку, может провоцировать взрывоопасные ситуации.

О росте значения внешнего радиовещания свидетельствует тот факт, что к концу XX века в международном эфире работали 1600 радиостанций более 160 стран. Спектр этих радиоорганизаций чрезвычайно широк: от Би-би-си, имеющей самый большой в мире объем

передач для зарубежной аудитории – 1400 часов в неделю, до «Радио Ботсваны», вещающего примерно 100 часов в неделю. Многие государства пользуются возможностью обратиться по радио к слушателям за границей, оказать влияние на общественное мнение в других странах, с помощью эфира стремятся поддерживать связи со своими соотечественниками за рубежом. Печатные средства массовой информации не в силах выполнить такие задачи. Даже престижные издания мирового ранга имеют ограниченную аудиторию за рубежами своих стран, в то время как программы международного радиовещания может принимать каждый владелец коротковолнового приемника в любое время суток.

Обращение слушателей к передачам зарубежных радиостанций обусловлено рядом существенных причин. Одна из них – стремление получить информацию о событиях в той или иной стране «из первых рук». Для многих передачи радио всемирного диапазона – единственный источник информации о фактах и событиях, о которых масс-медиа их стран не сообщают вообще. Для значительной части аудитории необходима альтернативная информация, ее интересуют различные точки зрения на происходящее в мире.

Наконец, к зарубежным программам слушателей привлекает желание больше узнать о культуре, искусстве, литературе, музыке, истории, языке страны-вещателя.

Международное радиовещание в большинстве стран мира ведется государственными («Голос России», «Радио Пекина», «Голос Америки» и др.) или общественными (Би-би-си, «Немецкая волна») организациями. В ряде государств такого рода деятельностью занимаются и частные радиостанции, выступающие от лица общественных, культурных, религиозных и других организаций и заинтересованных групп.

Становление международного радиовещания

В развитии международного радиовещания можно выделить три основных этапа.

Первый охватывает конец 20-х – начало 40-х годов (т.е. до завершения Второй мировой войны, когда радиовещание на зарубежную аудиторию начинает формироваться в разных странах мира). Характерная черта этого периода – радиовойна в эфире между нацистской пропагандой и внешнеполитическим радиовещанием антигитлеровской коалиции.

Второй период послевоенный, вплоть до падения во второй половине 80-х – начале 90-х годов XX века тоталитарных режимов в странах Восточной и Юго-Восточной Европы. Он проходит под знаком «холодной войны» и характеризуется обострением международной напряженности, противостоянием противоположных политических и социально-экономических систем (капитализма и социализма) и ожесточенной борьбой в эфире между ними.

Наконец, современный этап, когда в конце века в новой международной обстановке резко изменились как характеристики информационного поля в мире, так и приоритеты и формы международного радиовещания.

I

Радиовещание вообще развивалось стремительно. Если в 1920 году в Европе насчитывалось всего несколько тысяч несовершенных радиоприемных устройств, то к началу 30-х годов количество радиоприемников возросло до 36 млн. Радиовещание к этому времени велось уже более чем в 70 странах, а аудитория составляла около 140 млн. человек. В 1927 году Голландия первой начала готовить передачи для зарубежных радиослушателей в своих колониях. Постепенно структуры иновещания складываются и в других государствах, причем в каждом из них есть свои особенности.

В предвоенные годы и в годы Второй мировой войны в международном радиовещании преобладающее место занимало вещание одной страны на другую: фашистская Германия готовила передачи на многие страны, в частности на Англию, Англия – среди других – на Германию и Францию, США – на Германию и Японию и т.д. Рассмотрим ситуацию на примере Германии.

Еще до фашистского переворота в январе 1933 года немецкое радио располагало определенным опытом подготовки передач для зарубежной аудитории. В 1929 году в Вустерхаузене, под Берлином, начала работать радиостанция «Немецкая волна», задачей которой была подготовка передач для немцев, живших за пределами Германии. После фашистского переворота эта деятельность приобрела чрезвычайно широкие масштабы. Создается государственная структура – «Германское радиовещательное общество», в состав которого входит и отдел вещания на зарубежные страны. В распоряжении Гитлера и геббельсовского Министерства народного просвещения и пропаганды оказалась одна из наиболее совершенных в мире сетей радиостанций. Из Кенигсберга можно было вести радиопередачи на Польшу, из Гамбурга и Бремена – на Англию, из Штутгарта, Франкфурта-на-Майне и Саарбрюкена – на Францию.

В апреле 1933 года фашистская Германия открыла передачи на Северную Америку, где в то время существовала крупная немецкая диаспора.

В период с 1933 по 1939 год немецкое вещание расширялось на Африку, Латинскую Америку, Восточную и Южную Азию, Центральную Америку, Бразилию и арабский мир. К началу Второй мировой войны нацисты вели передачи круглосуточно для 8 регионов на 7 языках, их среднесуточный объем равнялся 75 часам.

В радиовещании на зарубежные страны фашистская пропаганда ставила задачу – достичь такой популярности, которая позволяла бы ей конкурировать с местными СМИ и радиопередачами других стран. Программы нацистской пропаганды были ориентированы прежде всего на консолидацию этнических немцев за рубежом.

Особое внимание уделялось созданию определенного эмоционального накала передач. Большое место занимали музыкальные программы – около 70% общего времени вещания. Музыка способствовала не только поднятию настроения у слушателей, но и расширению аудитории.

Пропагандистская машина Гитлера начинает «радиовойну» в Европе. Одним из ярких примеров может служить агрессия против Австрии. После первой неудачной попытки захватить эту страну в 1934 году новый мощный виток радиопропаганды против Австрии начинается в 1938 году. Особый упор делается на этническое единство австрийского и немецкого народов, якобы дающее право немецкой нации считать австрийскую землю

частью своего жизненного пространства. В марте 1938 года под таким пропагандистским прикрытием немецкие войска вступают в Австрию.

Подобная акция проводилась и против Чехословакии. И в этом случае велась мощная пропагандистская кампания, обращенная к национальному меньшинству в Чехословакии – судецким немцам. Радиопередачи для них были направлены на разжигание ненависти к чехам и другим славянским народам, на распространение идеи о принадлежности их к «великой немецкой нации» и «долге перед рейхом».

Иной характер носили передачи для других стран: их жителям внушалась мысль о «гуманном долге» Германии освободить своих братьев от «чехословацкого угнетения». Эта планомерная пропагандистская кампания в конечном счете помогла захватить в марте 1939 года Чехословакию.

Пропагандистская война против Польши началась в январе 1939 года. Польское правительство обвинялось в том, что оно угрожает Германии, и в несправедливом отношении к немецкому меньшинству. Утром 1 сентября радио фашистской Германии распространило лживую версию о вторжении поляков на немецкую территорию, а затем – лицемерное заявление германского правительства о его стремлении к мирному урегулированию германо-польского конфликта. Эти передачи преследовали цель – обмануть мировое общественное мнение и возложить ответственность за агрессию на Польшу.

Таким образом, в развязывании военных действий, ставших началом Второй мировой войны, нацистская радиопропаганда сыграла серьезную роль.

Вещание нацистской Германии на европейские страны в начале войны осуществлялось с помощью двух систем радиосредств: собственно немецких радиостанций, которые в предвоенный период вели передачи с территории Германии, и огромной сети радиостанций всех оккупированных и присоединенных к ней стран и столиц. В результате особой договоренности были объединены также ведущие радиоцентры Берлина и союзников нацистской Германии – Рима, Мадрида и Японии. Такая система позволяла в случае необходимости транслировать одну и ту же передачу на всю Европу, более того, – на весь мир.

В начале Второй мировой войны нацистская Германия создает также сеть подпольных («черных») радиостанций, идентифицировавших себя со страной, на которую они вели передачи. Так, например, была создана сеть радиостанций, работавших на французском языке и имитировавших все направления французской политики – от коммунизма до праворадикального национализма. Группа станций «черного» радиовещания Германии на зарубежные страны была объединена в общую систему под кодовым названием «Конкордия», в которую входили и радиостанции, вещавшие на Англию, арабские страны, Индию.

Активную нацистскую пропаганду на русском языке вели две «черные» станции – «Старая гвардия Ленина» и «За Россию». Нацистские программы передавались и с трех захваченных советских радиостанций.

К началу 1942 года после реорганизации фашистского иновещания объем официальных ежедневных программ, направленных на зарубежную аудиторию, составлял 425 часов на 53 языках. Активно действовали и «черные» радиостанции «Конкордии» через систему тайных передатчиков. К середине 1944 года ПО тайных передатчиков, в штате

которых состояли 6300 сотрудников, вели передачи против стран антигитлеровской коалиции. Однако эти пропагандистские акции успеха не имели.

По мере приближения войск антигитлеровской коалиции к Берлину нацистская радиопропаганда свертывалась.

История нацистского иновещания показывает, каким мощным средством манипулирования сознанием людей может быть радио.

* * *

Британская система радиовещания для зарубежного слушателя оказала существенное влияние на иновещание многих стран мира. Место английского радио определялось прежде всего мощной технической базой – передающими и ретрансляционными станциями, расположенными не только на британских островах, но и в Австралии, Канаде, Новой Зеландии, Южной и Восточной Африке, Индии, на Цейлоне, в Сингапуре, Гонконге.

Британская радиовещательная корпорация с самого начала создавалась как единственный в те годы вещательный институт страны. Причем сразу был заложен юридический базис, который гарантировал, что Би-би-си станет «общественной», а не правительственной компанией. Финансироваться она должна была исключительно за счет сбора платы с радиослушателей, а не за счет дохода от коммерческой рекламы.

1 января 1927 года была опубликована Королевская хартия – официальный документ, положенный в основу работы Би-би-си и на Великобританию, и за ее рубежи. Политику полагалось определять Совету попечителей, ее члены назначались королем. Задача Совета состояла в том, чтобы следить за деятельностью корпорации, которая должна была отвечать интересам всего британского общества, а не той или иной партии, даже если она являлась правящей. Таким образом, гарантировалась независимость Би-би-си, ее вещательная монополия в стране.

В 30-е годы начинается и регулярное вещание из Лондона на коротких волнах для зарубежных слушателей. Первые передачи для жителей британских колоний прозвучали еще в ноябре 1927 года. Официальной целью их объявлялась поддержка контакта «с людьми, находящимися в далеких краях», т.е. с сотрудниками колониальной администрации.

Процесс организационного, технического и политического совершенствования вещания для колоний продолжался до конца 1932 года, когда была создана «Имперская служба Би-би-си», финансируемая Министерством иностранных дел. 19 декабря 1932 года в мировом эфире начали звучать передачи одной из самых мощных в мире радиовещательных служб. Вещание шло на пять зон – Австралию, Индию, Южную Африку, Западную Африку и Канаду. Имперская служба очень быстро завоевала широкую и рассеянную по разным странам аудиторию.

В передачах Би-би-си приоритет отдавался внутренней политике, истории и традициям страны, международным событиям и внешней политике Великобритании.

Первоначально международное радиовешание из Лондона велось только на английском языке, что было связано с широкой распространенностью его в различных

регионах мира. Помимо эфирных программ готовились и рассылались так называемые «консервированные» передачи, т.е. в записи для последующей ретрансляции местными станциями.

В 1938 году вещание было распространено на арабские страны («Арабская служба») и Латинскую Америку («Латино-американская служба»). В то же время европейские бюллетени новостей, читавшиеся на немецком, английском, французском и итальянском языках, составили «Внешнюю службу Би-би-си» (впоследствии «Европейская служба Би-би-си»).

В эти годы передачи Би-би-си сыграли важную роль в противостоянии итальянской фашистской пропаганде на Ближнем и Среднем Востоке. «Арабская служба Би-би-си» вела вещание, включавшее информацию, развлекательные программы, чтение Корана, выступления известных арабских политических деятелей. Особое внимание уделялось религиозным передачам. С учетом того, что население арабских стран в те годы было поголовно неграмотным, радио являлось для него источником информации, который приобрел широкую популярность.

В начале войны Би-би-си вела передачи на 39 языках. Среди 26 стран мира, имевших службы международного радиовещания, она занимала первое место (Германия вещала на 36 языках, СССР – на 22, США – на 21). Би-би-си снабжала радиоинформацией Канаду, Австралию, Новую Зеландию, Китай, Южную Африку, Малайю, Гонконг, Найроби, несколько западноафриканских станций и 72 радиостанции США.

В годы Второй мировой войны сложился авторитет Би-би-си как надежного и важного источника объективной, достоверной информации, представлявшей страну, которая вместе со своими союзниками по антигитлеровской коалиции боролась против общего врага. Би-би-си стремилась поддерживать движение Сопротивления в оккупированных нацистами странах, информировала о положении на фронтах, о победах союзников. К весне 1945 года эта радиовещательная корпорация вела трансляции на 45 языках. Резко выросла «Европейская служба». Так сформировался мощный и авторитетный аппарат международного радиовещания Великобритании, завоевавший престиж благодаря независимости и объективности своих программ.

* * *

В США вещанию на коротких волнах – напомним, что именно эти диапазоны обычно используются международным радиовещанием на стартовой позиции, – в течение длительного времени не придавалось сколько-нибудь серьезного значения. Оно находилось в стадии экспериментов, изучения, оценки и использовалось исключительно в коммерческих целях.

В период между Первой и Второй мировой войной в США не было официального государственного органа, занимавшегося вещанием на зарубежные страны. Такую деятельность вели некоторые частные информационные центры и издательства, контролируемые правительством.

В начале 30-х годов радиовещание США стало в опытном порядке применяться для коммерческих передач на близлежащие регионы – Канаду и Латинскую Америку. К 1942 году из США радиовещание на зарубежные страны вели следующие коммерческие

радиоорганизации: «Нэшнл бродкастинг компани», «Коламбия бродкастинг систем», «Вестингауз», «Дженерал электрик компани», «Кросли корпорейшн», а также некоммерческая «Всемирная радиовещательная организация».

Наибольший интерес для них в этот период представляли страны Латинской Америки, располагавшие огромной потенциальной аудиторией. В 1942 году в Латинской Америке насчитывалось 4 млн. радиоприемников, половина из которых могла принимать коротковолновые передачи. Широкое распространение получило групповое прослушивание радиопередач, во многих государствах были радиофицированы городские автобусы.

Расширяя свое вешание на страны Латинской Америки, коммерческие радиокомпании не только использовали прямые направленные радиопередачи, но и заключали соглашения с местными станциями о ретрансляции передач из США.

«Коламбия бродкастинг систем», «Нэшнл бродкастинг компани» и «Кросли корпорейшн» заключили соглашение о ретрансляции своих передач с 225 местными латиноамериканскими станциями. Так была создана сеть «Пан-Американ», ведущую роль в которой сыграли коммерческие фирмы США.

Период между 1935 и 1938 годом был началом иновещания в США. К лету 1938 года, как писал исследователь Чарльз Роло в книге «Радио вступает в войну», «американские дикторы вели специально подготовленные программы на Латинскую Америку и Европу на шести иностранных языках. Радиовещание только Эн-би-си составляло 16 часов в день; 75% этих программ специально разрабатывались отделом коротковолновых передач, в котором трудились 36 литературных работников».

В конце 30-х годов Федеральная комиссия связи приняла решение, направленное на расширение вещания США на зарубежные страны. Большое внимание уделялось анализу внешнеполитической пропаганды будущих военных противников: фашистской Германии, Италии, милитаристской Японии. Специально созданный Принстонский центр занимался этой проблематикой и разрабатывал рекомендации правительственным органам, решавшим вопросы внешней политики.

С мая 1938 по февраль 1942 года в Америке идут поиски организационных форм внешнеполитической деятельности и иновещания, в частности создается специальная централизованная группа для подготовки передач на иностранных языках. Руководил этой группой драматург Роберт Шервуд. К работе привлекались специалисты в области рекламы, литераторы, голливудские сценаристы, психологи.

В конце 1941 – начале 1942 года правительство США основывает государственные и объединяет 11 коротковолновых частных станций – так формируется техническая база для правительственного внешнеполитического вещания. 24 февраля 1942 года начались передачи «Голоса Америки» – станции, работавшей от имени правительства США. Ее первые программы велись на немецком и итальянском языках.

Передачи иновещания к 1945 году звучали уже достаточно интенсивно, особенно целенаправленно против Японии.

Они были специализированными, предназначались для весьма узкой элитарной аудитории – представителей аристократии, промышленной и финансовой олигархии и пользовались популярностью у этой аудитории, ибо отражали официальную точку зрения США, благодаря чему обретали форму дипломатического диалога.

II

Следующий этап в истории международного радиовещания – период «холодной войны» между «странами свободного мира» и «социалистическим лагерем» во главе с СССР. В это время международное радиовещание развивается особенно бурно и носит ярко выраженный контрпропагандистский характер.

Важными объектами иновещания западных стран становятся социалистические страны и развивающиеся государства, где сталкивались интересы противоположных систем.

Западные радиостанции активно пропагандируют демократические ценности, западный образ жизни, достижения в области науки и техники и, что особенно важно, передают объективную информацию о событиях в мире и в странах социализма, которые либо замалчивались внутренней пропагандой, либо преподносились в искаженном виде. Передачи Би-би-си, «Голоса Америки» и других станций для многих радиослушателей в социалистических странах явились альтернативным источником правдивой информации, помогавшим понять процессы и события, происходившие и в собственной стране, и в мире.

Это относится, например, к освещению известных событий 1956 года в Венгрии и 1968 года в Чехословакии, где Советский Союз с помощью танков задушил попытки национального возрождения на основе «социализма с человеческим лицом», к рассказам о правозащитном движении в СССР и других странах. Достаточно сказать, что одним из способов «борьбы с подрывной империалистической пропагандой» в социалистических странах было глушение передач Би-би-си, «Голоса Америки», «Свободы» и «Свободной Европы», судебное преследование лиц, слушавших передачи этих станций.

В ответ на все эти запреты растет объем международного радиовещания, совершенствуется его техническая база. Так, если ежедневный объем иновещания США в 1950 году составлял 497 часов, то к концу 1972 года он вырос до 2001 часа в сутки. Еще более высокими были темпы развития международного радиовещания ФРГ и Израиля. Так, еженедельный объем вещания из ФРГ на другие страны в 1955 году составлял всего 105 часов, а к концу 1972 года – уже 806 часов.

В этот период происходят серьезные изменения в структуре аппарата внешнеполитической пропаганды США. В 1953 году «Голос Америки» стал подразделением информационного агентства Соединенных Штатов (ЮСИА), которое действовало от имени правительства США и подчинялось государственному департаменту (американскому Министерству иностранных дел). Наряду с «Голосом Америки» в годы «холодной войны» был создан целый ряд вещательных организаций: РИАС – Радио в американском секторе Берлина, готовившее передачи на ГДР; «Радио Свободная Европа», «Радио Свобода», «Радио Свободная Азия», первоначально имевшие статус частных организаций.

К концу 70-х годов «Голос Америки» вещал на 40 языках.

Передачи на русском языке начались на «Голосе Америки» 17 февраля 1947 года из Мюнхенского филиала Главной редакции. К концу 70-х общий объем вещания «Голоса Америки» на СССР составлял 112 часов в неделю, передачи велись на 8 языках.

Значительными были и объемы вещания других подобных станций: «Радио Свободная Европа» – до 600 часов в неделю, «Радио Свобода» вело передачи на языках народов СССР до 500 часов в неделю. В эти годы более 60% американского иновещания отводилось СССР. А в целом аудитория «Голоса Америки» во всем мире, по оценкам ее служб изучения аудитории, составляла в 60–70-е годы от 17 до 26 млн. человек ежедневно.

Техническая база американского иновещания принадлежала к числу наиболее мощных в мире. В 70-е годы это были 118 радиостанций, размещенных в различных регионах земного шара, и 17 радиорелейных станций в Англии, ФРГ, Греции, Марокко, на Цейлоне, Окинаве, в Таиланде и др.

«Голос Америки» финансируется из государственного бюджета и располагает своей корреспондентской сетью в стране и за рубежом.

Официально сформулированная цель программ «Голоса Америки» – «содействовать взаимопониманию народов»; эти программы отличаются сбалансированностью, взвешенностью, широким тематическим спектром.

Регулярное вещание на русском языке британская служба Би-би-си начинает 24 марта 1946 года. В этот период были сформулированы официальные цели и задачи международного радиовещания Би-би-си: «Давать беспристрастное освещение новостей, отражать британскую точку зрения на события, отражать в передачах жизнь Англии, ее культуру, ее достижения в области науки и промышленности. Программы должны включать оперативную и точную информацию о событиях во всем мире, а также глубокий и объективный анализ этих событий».

Служба иновещания функционирует как структурная единица Би-би-си.

В зарубежном радиовещании Би-би-си в 70-е годы имелось 11 подразделений, среди которых «Служба вещания на страны Европы», «Служба вещания на «заморские территории», «Служба новостей» и др. Передачи шли на 40 языках, не считая английского, их общий объем составлял около 750 часов в неделю. «Всемирная служба», структурно относящаяся к международному вещанию, круглосуточно выпускала также программы на английском языке.

Штаб-квартира Службы иновещания находится в Лондоне. Программы транслируются через 76 передатчиков, из которых 30 расположены на зарубежных ретрансляционных базах. Би-би-си в этот период располагает огромной сетью корреспондентов. Помимо прямых эфирных передач в ряд стран рассылается большое число программ в записи на пленку. Значительное место в общем объеме иновещания Би-би-си занимают передачи «Английский язык по радио».

Характерная черта программ Би-би-си заключается в том, что самое большое место в них всегда отводится новостям и комментариям на актуальные темы. Кроме того, выпускаются развлекательные передачи, викторины, репортажи, звучит много музыкальных программ. Но главное на Би-би-си – высокая оперативность и объективность, обеспечивающие стабильную аудиторию в разных странах мира.

Иновещание ФРГ началось в мае 1953 года. Радиостанция «Немецкая волна», ведущая передачи на зарубежную аудиторию, обрела в 1960 году статус самостоятельной, независимой структуры, не контролируемой, согласно официальному статусу, ни одним правительственным учреждением. Финансируется она Министерством внутренних дел ФРГ.

Штаб-квартира «Немецкой волны» находится в Кельне, ежесуточный объем ее вещания в 60–70-е годы составлял более 100 часов, и передачи шли на 30 языках. К середине 70-х годов насчитывалось восемь программ станции: на ФРГ и ГДР, Азию, Африку, Латинскую Америку, Северную Америку, Восточную и Юго-Восточную Европу, Ближний и Средний Восток.

III

Новый этап в истории международного радиовещания начинается с распадом СССР и сменой политического строя в бывших социалистических странах. Изменились потребности в информации в разных регионах мира, изменился и сам контекст вещания в странах, переживающих период радикальных реформ.

В этих условиях нередко возникал вопрос о целесообразности международного радиовещания в связи с резким сокращением числа его слушателей во многих странах. Причины такого сокращения – политическая либерализация в различных регионах мира, расширение сети независимых источников информации и более свободное ее распространение, возможность использования новой аудио- и видеотехники.

Общая для многих стран, ведущих международное вещание, ситуация заключалась в том, что правительства, финансирующие международные радиослужбы, урезали их бюджет. «Голос Америки», например, сократил многие свои передачи на страны Восточной Европы, то же характерно для «Немецкой волны», нидерландское радио прекратило передачи на арабском и португальском языках.

По мнению специалистов, слушательская аудитория международного радио всегда уменьшается, если в своей стране функционируют СМИ, дающие полноценную, достоверную и разнообразную информацию. И все же аудитория международного радиовещания частично сохраняется, ибо всегда сохраняется интерес к образу жизни, традициям, культуре других народов и государств. И в этом плане, несмотря на сокращение иновещания в разных странах, международное радиовещание представляет широкий спектр станций.

Вот как выглядели основные международные вещатели к концу 90-х годов.

«Голос Америки» ведет трансляцию 120 часов на 52 языках ежедневно (включая «Радио Марта» – круглосуточные передачи на испанском языке, рассчитанные прежде всего на жителей Кубы и ряда других стран Латинской Америки).

Радиостанция «Свободная Европа» (23 часа в день на 8 языках) и «Свобода» (61 час на 13 языках), формально независимые, координируют свою работу с «Голосом Америки». Между этими станциями существует определенное «разделение труда» – по языкам и регионам.

Президент США Билл Клинтон назвал «Голос Америки» «одним из важнейших средств, с помощью которых США вели (и выиграли) войну идей против коммунизма». Он заявил, что эта радиостанция позволяла почти 100 млн. человек в мире каждую неделю слушать Америку.

Как подчеркивала директор «Голоса Америки» Эвелина Либерман, эта радиостанция не является более только коротковолновой или средневолновой. «Мы работаем на многих частотах, – говорила она, – мы передаем телевизионный сигнал, мы передаем сообщения по Интернету... У нас есть интерактивные программы, когда слушатели звонят в студию ведущему. Мы также расширяем наше программирование за пределами США и в самих США, для того чтобы помочь людям в мире узнать, как живут граждане США».

В передачах «Голоса Америки» важное место заняли новости, музыка, образовательные и бизнес-программы.

В 1990-е годы стремительно развивается иновещание на региональных радиостанциях США («Радио Калифорнии», например, вещает 86 часов в сутки на 11 языках). Передачи для зарубежной аудитории ведут «Радио Бостона», станции из Флориды, Алабамы и др.

Перед американским вещанием была поставлена новая задача – привлечь внимание женской аудитории. Этой цели послужили, в частности, шоу на фарси «Плечом к плечу». Серьезное внимание уделяется специальным программам о самих США: об истории страны, о разных штатах. Эти программы звучат на 52 языках.

В 1996 году начала передачи на китайском и тибетском языках «Свободная Азия». Эта радиостанция подотчетна двухпартийному вещательному Комитету управляющих, члены которого назначаются президентом США Передачи ее предназначены для народов «закрытых общественных систем Азии» – речь идет о Китае, Северной Корее, Бирме, Лаосе, Камбодже, Вьетнаме и Тибете.

Всемирная служба Би-би-си и к концу XX века осталась самой популярной в мире. Ее передачи слушают более 140 млн. человек в 100 странах мира, а объем вещания составляет 140 часов в сутки. Активно действует «Русская служба». У Би-би-си имеются контракты на ретрансляцию с крупнейшими радиостанциями России.

«Немецкая волна» (ФРГ) вещает на 39 языках около 100 часов в сутки. Передачи на русском языке составляют 8 часов ежедневно.

По словам представителя радиодепартамента «Немецкой волны» Эдуарда Класса, эта радиостанция стремится давать своим слушателям наиболее объективную информацию. С этой целью из ее программ постепенно исключается такой жанр, как комментарий, привносящий в любую информацию долю субъективного восприятия.

С середины 1996 года, с начала постоянного использования спутника «Азиасат-2», передачи «Немецкой волны» стало возможным принимать во всех уголках земного шара. «Немецкая волна» явилась крупнейшим в мире спутниковым телевещателем. Несколько сотен теле- и кабельных станций по всему миру полностью или частично ретранслируют ее телепрограммы. Договоры о ретрансляции радиопрограмм с «Немецкой волной» подписали около 420 радиостанций в разных странах. В Интернете «Немецкая волна» представлена своими передачами на 11 иностранных языках и «Немецкой программой» в полном объеме.

«Радио Франс Интернасьональ» (Франция) входит в государственную радиостанцию «Радио Франс», оно является государственным учреждением при Министерстве иностранных дел.

Вещание из Франции на русском языке началось в 1960 году, продолжалось до 22 декабря 1974 года и после девятилетнего перерыва возобновило свою работу 5 сентября 1983 года. Сегодня вещание из Франции ведется на 19 стран.

Международное французское радио расширяет вещание на коротких волнах и увеличивает объем ретрансляции через станции в странах-адресатах на средних волнах и УКВ (среди прочих Португалия, Парагвай, Молдавия, Литва, Армения, Россия и Украина). Увеличился объем передач на французском языке в районах Индийского океана, Северной и Восточной Африки.

Международное «Канадское радио» образовано в феврале 1945 года. Оно входит в Канадскую вещательную корпорацию (Си-би-си), подчиняющуюся Министерству по делам канадского наследия, и ведет трансляции на английском, французском, русском, украинском, китайском, арабском, а также креольском языках 232 часа в неделю. Вещание на русском языке началось в 1951 году. Его аудитория составляет около 15 млн. человек.

Международное «Радио Канады», которому угрожала ликвидация, не было закрыто. По решению правительства страны оно продолжило активную деятельность. Помимо использования радиопередающих аппаратно-технических комплексов «Канадское радио» распространяет свои программы также через спутники. В 1996 году оно начинает передавать через Интернет радиопередачи на семи языках, в том числе на русском и украинском. Пользователи могут прослушивать передачи, а также получать тексты регулярно обновляемых блоков новостей на английском и французском языках.

«Радио Японии» принадлежит японской вещательной корпорации Эн-эйч-кей и вещает на 22 языках, ежедневный объем его работы – 65 часов. По масштабам зарубежного вещания «Радио Японии» входит в десятку ведущих радиоорганизаций мира.

Такова в общих чертах панорама международного радиовещания на рубеже XXI века.

Международные организации радио- и телевещания

Важную роль в установлении четкого распорядка в мировом эфире, принятии единых стандартов, координации гигантского радиохозяйства, земного и космического, играют международные организации. Их довольно много. Остановимся на наиболее важных.

Прежде всего, это два типа организаций: межгосударственные и неофициальные. Первые образованы на базе международных соглашений правительствами ряда стран. Правительства делегируют в эти организации своих представителей. Решения межгосударственных организаций имеют силу закона, это область международного права.

Неофициальные организации, членами которых также являются представители разных стран, но уже на общественном уровне, ограничены в правовом поле, не принимают законов и не формулируют официальной политики. Их интересы – сотрудничество, взаимные консультации, обмен опытом, решение технических и программных вопросов.

Отношения, существующие между двумя типами организаций, в целом неконфликтны, доброжелательны и сердечны, хотя между ними и существует определенная

демаркационная линия. Члены неофициальных организаций не могут участвовать в работе межгосударственных организаций, в лучшем случае их приглашают в качестве наблюдателей. Подобный протокол установлен и неофициальными организациями в отношении межгосударственных. Но все же множество специальных проблем не входит в компетенцию неофициальной организации. При их решении она, естественно, обращается к авторитету межгосударственной организации.

Межгосударственные организации

UNO – ООН;

UNESCO – ЮНЕСКО;

ITU – Международный телекоммуникационный союз;

INTELSAT – Международная организация спутниковых коммуникаций «ИНТЕЛСАТ»;

CEPT – Европейская конференция почт и телекоммуникаций;

IPO – Всемирная организация интеллектуальной собственности.

Неофициальные организации

ABU – Азиатско-тихоокеанский вещательный союз (основан в 1964 году; штаб-квартира в Куала Лумпур, Малайзия);

ASBU – Вещательный союз арабских стран (основан в 1969 году; Секретариат союза в Каире, технический центр в Хартуме, Судан);

CBA – Вещательный союз стран Содружества (основан в 1945 году; штаб-квартира в Лондоне);

EBU – Европейский вещательный союз (основан в 1950 году; центр в Женеве);

IAAB – Межамериканская ассоциация вещателей (стран Центральной и Южной Америки; центр в Монтевидео, Уругвай);

IBI – Международный институт вещания (основан в 1968 году в Лондоне; в составе правления члены от государств Содружества, некоторых европейских стран, США);

CBU – Карибский вещательный союз (центр в г. Кингстоне, Ямайка);

NANBA – Североамериканская ассоциация национальных вещателей (образована в 1972 году; в нее входят три страны: США, Мексика, Канада; центр в Оттаве, Канада);

UNIA – Международная католическая ассоциация по радиовещанию и ТВ (центр в Брюсселе);

URTNA – Союз национальных радиотелевизионных организаций стран Африки (основан в 1962 году; центр в Дакаре, Сенегал);

WACB – Всемирная ассоциация христианских вещателей (основана в 1968 году; центр в Лондоне).

Центральное место среди международных организаций, безусловно, занимает Организация Объединенных Наций – признанный авторитет и главный координатор мировой политики, в том числе и в области масс-медиа. Два наиболее важных его подразделения – ЮНЕСКО и Международный телекоммуникационный союз.

ЮНЕСКО – основана 4 ноября 1946 года, находится в Париже. Ее устав был принят 20 странами. К 90-м годам в ЮНЕСКО входило более 150 государств-членов. ЮНЕСКО – это аббревиатура названия просветительской, научной, культурной организации при Организации Объединенных Наций. За время своего существования она провела большую работу по развитию массовых коммуникаций в мире, выпустила ценнейшие исследования в этой области, выдвинула определенные критерии минимального наличия СМИ в государстве, необходимых для его нормального развития.

В 1978 году 145 государств, входивших в ЮНЕСКО, подписали Декларацию о СМИ. Среди многих важных положений документа в ней содержался и такой главенствующий принцип СМИ, как «уважение прав и достоинства каждого государства, каждого народа, каждого человека». ЮНЕСКО не ограничилась Декларацией, а стала проводить ее принципы в жизнь. Ее самым нашумевшим проектом был «Новый всемирный информационный порядок», принятый под влиянием движения неприсоединившихся стран, против «электронного империализма», информационной блокады, за честь и достоинство. США, подписавшие Декларацию, гневно выступили против ее практического воплощения, считая, что этот новый «информационный порядок» ставит заслон «свободному потоку информации». В итоге в 1984 году США вышли из ЮНЕСКО.

Международный телекоммуникационный союз – универсальная межгосударственная организация, работающая под патронатом ООН. Это старейшая международная организация, появившаяся после рождения телеграфа: в 1865 году 20 европейских стран собрались в Париже и подписали соглашение – Международную телеграфную конвенцию. 10 лет спустя был образован Международный телеграфный союз для координации телеграфных связей между государствами (позднее к нему присоединился телефон). В 1885 году на берлинской конференции Телеграфного союза были решены проблемы международной телеграфной связи. С появлением беспроволочных коммуникаций 27 правительств приняли аналогичное решение на конференции (Берлин, 1960 г.), посвященной радиотелеграфам.

В ноябре 1926 года в Лондоне было принято соглашение о международном распределении радиоволн. Вашингтонская конференция 1927 года расширила сферу международного сотрудничества в радиотелеграфии, радиовещании, в распределении частот. За этим последовали решения мадридской конференции 1932 года, принявшей кодификацию в радиовещании и международную схему радиочастот. Эти соглашения стабилизировали развитие радиовещания в мире до Второй мировой войны.

В 1932 году Международный телеграфный союз был переименован в Международный телекоммуникационный союз (МТС). К концу 80-х годов 158 стран являлись его членами. Сегодня это мощная организация со сложной структурой, к юрисдикции которой относятся радио, телеграф, телефон и телевидение. В этих сферах ничто в мире не делается и не решается без ее ведома.

Особо необходимо отметить и одну из наиболее влиятельных неофициальных, неправительственных организаций – Европейский вещательный союз (EBU). Образованный в 1950 году группой европейских стран, он уже давно по географии своей деятельности вышел за пределы Европы: его членами являются ряд государств Ближнего и Среднего Востока, страны Британского Содружества, бывшие французские колонии, Япония, Южная Корея, ряд южноамериканских государств, США. К концу века общее количество его действительных и ассоциированных членов превысило сотню.

До начала 90-х годов основным конкурентом и идеологическим противником Европейского союза являлся OIRT – Международная организация по радио и телевидению, возникшая в 1946 году. Ядро организации составляли социалистические страны. Каждая советская республика являлась ее отдельным членом. Кроме того, в организацию входили Финляндия, Ирак и Судан. К 1984 году число членов OIRT равнялось тридцати. Штаб-квартира находилась в Праге. С развалом социалистического лагеря исчез и OIRT. Европейский союз (EBU) открыл двери для бывших соцстран.

Иновещание в России

История. Становление и эволюцию международного радиовещания в России нельзя рассматривать в отрыве от сложного, противоречивого и трагического пути, который прошли страна и народ. Многие работники вещания на зарубежные страны в советские годы стали жертвами репрессий, коллектив иновещания, так же как и журналисты печати и Всесоюзного радио, постоянно находился под жестким идеологическим прессингом партийных органов. Материалы иновещания, как и других средств массовой информации, проходили строжайшую многоступенчатую цензуру. Осуществлявшаяся с конца 20-х годов в СССР большая программа по созданию технической базы радиовещания открывала возможности и для организации передач для зарубежного слушателя. Уже в 1926 году в стране работали 42 радиостанции, программы которых можно было принимать и за границей. Впрочем, первые передачи на иностранных языках были предназначены для специалистов из разных стран, работавших в СССР, и содержали преимущественно информацию о социалистическом строительстве. Об этом говорят их названия: «Пятилетка в сельском хозяйстве», «Кооперация в СССР», «Текстиль в СССР». В полночь по московскому времени передавался бой Кремлевских курантов. Все передачи Московского радио начинались словами: «Говорит Москва!» Затем звучал лозунг: «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!» Этим же призывом передачи и завершались.

29 октября 1929 года начинается регулярное радиовещание для зарубежных слушателей. Подготовка программ была поручена специально созданному Сектору передач на иностранных языках при Центральном радио. Первые передачи шли на немецком языке через день два раза в сутки, объем их составлял от 30 минут до полутора часов. 7 ноября 1929 года началось вещание на французском языке. Часовые передачи на Францию звучали по воскресеньям. В том же году начинают звучать в эфире и передачи на английском языке. С 1930 года вещание на иностранных языках становится ежедневным.

К 1933 году иновещание велось на восьми языках: немецком, французском, английском, испанском, итальянском, венгерском, шведском и чешском.

В 1933 году был образован Всесоюзный комитет по радиофикации и радиовещанию – общегосударственная радиовещательная структура. В 1939 году в его состав вошел Сектор по подготовке передач на иностранных языках. Накануне Второй мировой войны зарубежное радиовещание шло на 13 языках. С самого начала его передачи носили откровенно пропагандистский, идеологизированный характер, рисовали явно приукрашенный облик социализма. Однако интерес к событиям, происходившим в СССР, был велик, и организаторы иновещания этим интересом достаточно умело пользовались.

Радио сыграло важную роль в популяризации российской культуры. Например, в юбилейной передаче ко дню рождения А.П. Чехова на французском языке выступала знаменитая актриса Художественного театра О.Л. Книппер-Чехова, в передачах для зарубежной аудитории принимали участие великий русский композитор С.С. Прокофьев, артист Большого театра Марк Рейзен, известный шекспировед М.М. Морозов и другие мастера искусств и ученые.

В эти годы велись интересные поиски в сфере радиожурналистики, поиски специфики иновещания. Звучали первые репортажи непосредственно с места события: о футбольном матче СССР – Турция, с плотины Днепрогэса, праздничные репортажи с Красной площади.

Вещание на зарубежные страны пробовало свои силы в различных видах художественных передач, в частности в радиотеатре: в 1939 году редакция вещания на Германию осуществила радиопостановку «Снегурочки» по пьесе А.Н. Островского.

В годы Великой Отечественной войны перед иновещанием встали задачи, связанные с военным временем, коренным образом изменившие его характер. Важнейшее место в передачах Московского радио заняли оперативно передававшиеся в эфир сводки Совинформбюро, информационные и публицистические программы о положении дел на фронтах, о героизме советских людей, материалы, разоблачавшие фашистские злодеяния и фашистскую идеологию, сообщения о росте антифашистской борьбы на оккупированных гитлеровцами территориях.

Резко возросла оперативность, информационная насыщенность программ. Иновещание помогало организации движения Сопротивления в оккупированных странах Европы. На основе передач Московского радио издавались подпольные листовки, газеты, вокруг которых возникали очаги антифашистского Сопротивления. Специальные программы звучали в помощь партизанам и бойцам.

Задачей вещания на страны-союзники по антигитлеровской коалиции было привлечение симпатии народов этих стран к Советскому Союзу и его борьбе с фашизмом. В подготовке эфира на Англию и США принимали участие известные писатели, журналисты, военные корреспонденты. Так, весьма популярной была передававшаяся несколько раз в неделю «Радиохроника советской жизни». В 1943 году по просьбе американской радиокомпании «Блю нетуорк» стала выходить специальная еженедельная передача для ретрансляции в США. Московское радио привлекало много новых слушателей в разных странах. Среди них было немало таких, кто не испытывал симпатии к коммунистической идеологии, но проявлял сочувствие к героической борьбе советского народа против фашизма.

В годы войны международное радиовещание резко возросло: общее число языков, на которых велись передачи из Москвы, к декабрю 1941 года составило 21, общий объем

вещания – более 51 часа в сутки. К концу 1945 года Московское радио вело трансляцию на 29 языках, а ее среднесуточный объем составлял почти 60 часов.

Вещание на зарубежные страны велось также из Куйбышева (на страны Европы), позднее – из Комсомольска-на-Амуре (на Китай, Японию и США) и Тбилиси (на Италию и Балканские страны).

В послевоенный период, вплоть до 90-х годов, советское радиовещание на зарубежные страны систематически расширялось, разрабатывались его новые направления, формы и методы. Особое внимание уделялось программам на языках коренного населения государств Азии, Африки и Латинской Америки.

Масштабы международного вещания к началу 90-х годов достигли 248 часов в сутки, передачи велись на 70 иностранных языках. Этот огромный объем обеспечивался иновещанием, входившим в состав Гостелерадио СССР, из Москвы и столиц девяти союзных республик, а также иновещанием работавшей под флагом общественных организаций радиостанции «Мир и прогресс», выпускавшей передачи на 15 языках.

Кроме программ, передававшихся непосредственно в эфир, готовились передачи на пленке, которые рассылались для ретрансляции радиостанциями зарубежных стран.

Деятельность иновещания в течение этого периода была достаточно противоречивой. С одной стороны, Московское радио своими пропагандистскими акциями внесло весьма значительную лепту в распространение идеологии «холодной войны», в создание образа «врага», в усиление идеологического и политического противостояния двух систем. Принимая активное участие в радиовойне, оно дискредитировало в глазах многих иностранных слушателей и свой народ, и свое государство, и свое правительство.

С другой стороны, следует отметить и ряд позитивных моментов в деятельности иновещания. За многие годы международное Московское радио сумело сформировать многомиллионную аудиторию за рубежом, завоевало авторитет серьезного источника информации. Иновещание в 1970–1980 годах получало огромную почту – более 300 тыс. писем ежегодно.

Новый постсоветский период в истории отечественного иновещания начинается в 1991 году после распада СССР и образования независимой Российской Федерации. Организационно на первых порах международное Московское радио еще оставалось частью общей государственной вещательной структуры.

В декабре 1993 года создается Российская государственная радиовещательная компания «Голос России». В это время иновещание переживает большие трудности, вызванные сложным экономическим положением страны: резко сократилось финансирование вещания, значительно уменьшился его объем, из зарубежного радиовещания ушли многие профессионалы. И все же, несмотря на все трудности переходного периода, «Голос России» остался одной из крупнейших и наиболее слушаемых радиостанций мира.

По объему и количеству языков вещания «Голос России» вместе с Би-би-си, «Голосом Америки», «Немецкой волной» и Международным радио Китая входит в первую пятерку наиболее влиятельных радиостанций мира и прочно занимает третье место среди лидеров мирового эфира, несмотря на более чем скромный бюджет. Среднесуточный объем

вещания РГРК «Голос России» составляет 72,5 часа, передачи звучат на 32 языках. Основная масса программ идет в эфир из Москвы.

Концепция иновещания. В условиях перехода отечественной экономики от планового хозяйства к рынку – перехода, обозначившего перемены во всех сферах жизни и политики, – кардинальным образом меняется и концепция международного радиовещания.

Принципиально изменилась геополитическая ситуация, практически ушло военное противостояние, нет более военной угрозы и со стороны бывшего СССР, в условиях краха тоталитарных режимов проявили себя глубокие процессы демократизации. Для радио стал характерен безоговорочный отказ от идеологических, политических и пропагандистских стереотипов времен «холодной войны», от практики и методов радиовойны, идеологических штампов, психологического давления. Иновещание сделало значительный шаг к деидеологизации программ, к переосмыслению своих целей и задач. Но по-прежнему, будучи государственным вещанием, «Голос России» представляет позицию Российской Федерации во внешней политике, отстаивая в своих программах интересы России.

Одна из важнейших функций международного отечественного радио – объективная и всесторонняя информация о важнейших событиях политической, социальной и культурной жизни страны, анализ происходящих в ней сложных и противоречивых процессов, отражение разнообразия взглядов, точек зрения, различных политических платформ, создание в программах реального и многостороннего образа современной России.

Важным направлением отечественного иновещания является подготовка передач для русскоязычной диаспоры за рубежом, которая к 1999 году составила около 25 млн. человек.

После распада СССР появилась новая неотложная задача – организация вещания на страны так называемого «ближнего зарубежья». В определенной мере такую функцию выполняет «Всемирная служба на русском языке», в рамках программ которой существуют передачи для жителей этих регионов. Бывшие республики Советского Союза являются теперь членами ООН, субъектами международных отношений, и, естественно, важна организация радиопрограмм, специально направленных на аудиторию этих стран, с учетом специфики исторического опыта и менталитета коренных народов данных государств. Иновещание имеет здесь огромное поле деятельности и способствует решению ряда сложных дипломатических задач.

Следует отметить также, что в связи со значительным сокращением приема программ российского телевидения в ряде стран ближнего зарубежья, необъективным освещением местными средствами массовой информации жизни в России возникла необходимость в систематическом информировании населения этих стран о реальной ситуации в России и в СНГ.

Организационная структура и программирование. Службы международного радиовещания готовят различные по содержанию и тематике передачи. Ежедневно в эфир выходят 150 выпусков «Последних известий» для всего мира, десятки аналитических материалов о событиях, происходящих в стране и в мире. Утром и вечером программа «Сегодня в мире» дает комментарии на темы дня. Радиослушатели имеют возможность познакомиться с аналитической передачей «Проблемы, события, люди», услышать эксклюзивные интервью с государственными, политическими и общественными деятелями России и стран СНГ в рубрике «Из первых уст», информацию для бизнесменов в программе «Деловой клуб». Большой популярностью пользуется рубрика «Наука и техника». На все

страны и континенты передаются «Уроки русского языка», предназначенные для школьников, студентов, преподавателей, бизнесменов – всех изучающих русский язык.

В течение длительного периода на отечественном международном радио доминировал страноведческий принцип подачи материала, т.е. вещание было направлено непосредственно на ту или иную страну и шло на языке этой страны. Однако постепенно от такого подхода стали отказываться и переходить к созданию планетарных и региональных служб, готовящих передачи на различных языках. Причем, как и в подобных зарубежных организациях (например, на «Голосе Америки» или Би-би-си), где существуют всемирные службы на языке субъекта вещания, на Московском радио также была создана «Всемирная служба на русском языке», постоянно расширяющаяся.

Централизованная дирекция информации (новостей) и всемирные региональные службы готовят вместе следующие основные программы.

Всемирная русская программа. Ее слушатели – русскоязычная диаспора в разных странах и регионах мира, а также русскоязычное население государств – бывших республик СССР; среднесуточный объем вещания – 8 часов.

Всемирная английская программа 15 часов в сутки ведет вещание на все континенты, имеет направленные передачи на Африку, Азию, Северную Америку, Европу.

Французская программа охватывает Европейский, Африканский, ближневосточные регионы и Северную Америку; среднесуточный объем вещания – 4 часа.

Испанская программа передается на Латинскую Америку и Европу; среднесуточный объем вещания – 2 часа.

Португальская программа в течение одного часа ежедневно звучит в Европе, Африке и Латинской Америке.

Европейская программа включает передачи на немецком (среднесуточный объем – 7 часов), а также еще на 13 европейских языках и др. Их слушают сотни тысяч людей в разных странах и регионах мира. Размеры аудитории «Голоса России» в каждой конкретной стране зависят от политической и экономической ситуации в государстве или регионе мира, являющихся объектом вещания. Слушаемость передач из-за границы и свобода печати в каждой стране находятся в обратной зависимости.

В тоталитарных государствах, где средства массовой информации строжайше контролируются государством, существует настоятельная потребность в альтернативных источниках сведений, в независимой, объективной и более широкой и деидеологизированной информации. В таких странах аудитория международного радиовещания составляет 20–30% населения.

Иная картина складывается в странах, где правительственная монополия на информацию и средства массовой информации отсутствует. Здесь аудитория радиопрограмм из-за границы значительно меньше, нередко она составляет всего 1% населения.

Во многих странах мира успешно работают клубы друзей радиостанции «Голос России», созданные по инициативе самих слушателей. Эти клубы объединяют студентов, учащихся школ, жителей целых деревень, жилых домов, людей различных профессий и

возрастов. Они проводят коллективные прослушивания и обсуждения передач «Голоса России», ведут коллективную и индивидуальную переписку с авторами программ – дикторами и журналистами, организуют лекции и выставки, посвященные истории и современной жизни России. Вещательные редакции поддерживают контакты с клубами, созданы даже специальные передачи «Клуб слушателей "Голоса России"» как перспективная форма укрепления связей с аудиторией.

Программы «Голоса России» в режиме реального времени стали доступны сотням тысяч пользователей Интернета. Разрабатываются схемы вещания в диапазоне FM, а также через спутники мировой радиосети WRN на регионы Азии, Африки, Северной Америки.

СПРАВОЧНЫЙ РАЗДЕЛ

МАТЕРИАЛЫ ПО ИСТОРИИ РАДИОВЕЩАНИЯ

Из истории радио США

Термин «бродкастинг» – «вещание» был введен в обращение во время Первой мировой войны. До этого использовались такие слова, как «радиотелеграфия» и «радиотелефония».

Экспериментальные радиопередачи в начале века проводили американские изобретатели Реджинальд Фессенден и Ли де Форест. Впервые экспериментальную передачу публичного выступления по радио Р.А. Фессенден осуществил в 1900 году. Затем, после изобретения им генератора высокой частоты, он решил испробовать новую технику в своей мастерской в Бренд Рок, штат Массачусетс, накануне Рождества 1906 года, послав в эфир вместо азбуки Морзе человеческий голос и музыку. За три дня до эксперимента он направил радиотелеграфные сообщения на ближайшие корабли с просьбой принять его послание в определенное время. Операторы в наушниках услышали в условленный час голос человека, соло на скрипке в исполнении изобретателя, чтение отрывков из Библии и поздравления с Рождеством. В 1910 году подобным же образом Ли де Форест передал в эфир из нью-йоркского театра «Метрополитен» пение великого оперного певца Энрико Карузо.

Но ни Фессенден, ни де Форест не создали вещательной станции с регулярной сеткой программ. Пионером радиовещания в США стал инженер компании «Вестингауз» Френк Конрад, открывший первую лицензионную вещательную станцию в Питсбурге 2 ноября 1920 года.

По сути, раньше и не могло быть полноценного радиовещания, ибо отсутствовала радиоиндустрия – она появилась к 1920 году.

Технической основой массового радиовещания стала «Радиокорпорация Америки», образованная в 1919 году, задуманная как всеобъемлющий монополист радиопроизводства и радиовещания.

Давид Сарнов, один из ведущих деятелей корпорации, провозгласил радио бесприбыльной организацией наподобие библиотеки или музея. Он предложил финансистам и промышленникам вложить средства в новое предприятие. Никто не откликнулся. Станции обратились к слушателям за взносами, но тоже не были услышаны. Мало шансов на успех имело бы и введение абонентной платы по примеру Англии. Радиовещание США избрало коммерческий путь.

Давида Абрамовича Сарнова родители привезли в США в 1900 году. Америка заговорила о нем в 1912 году, когда 21-летний радист Сарнов принял сигналы с терпящего бедствие «Титаника», а потом три дня без перерыва принимал и записывал имена оставшихся в живых пассажиров, передаваемые кораблями-спасателями. В 1916 году он пишет: «Необходим план, который сделает радио домашним прибором. Как пианино или фонограф... Данный план особенно мог бы заинтересовать фермеров и жителей отдаленных районов. Приобретя музыкальный радиоящик, они могли бы наслаждаться концертами, лекциями, чтением стихов т.д.»

Бурное строительство новых станций в 20-е годы, стремительное производство приемников логически поставило вопрос о программной централизации, о создании сетей станций. Первые попытки в этом направлении сделала американская телеграфно-

телефонная компания в 1922 году. Ее 26 вещательных станций были связаны общими программами, транслировавшимися от океана до океана. Но подлинная история национальных сетей началась 9 сентября 1926 года с образования на базе «Радиокорпорации Америки» сети «Нэшнл бродкастинг компани» (Эн-би-си).

27 января 1927 года - дата рождения «Коламбия бродкастинг систем» – Си-би-эс. В 1934 году появляется «Мючуал бродкастинг систем» – Эм-би-эс и в том же году – «Американ бродкастинг компани» – Эй-би-си. Эти гиганты задавали тон в электронных СМИ США.

В 1967 году Конгресс США принял Закон об образовании общественной сети «Паблик бродкастинг сервис» – Пи-би-эс. В 1985 году возникла национальная сеть Руперта Мэрдока «Фокс».

Правительственным регулятором электронных СМИ стала Федеральная комиссия связи, образованная в 1934 году.

«Золотым» веком радио принято считать 30–40-е годы. По американским сетям транслировались симфонические концерты, драматические и оперные спектакли из знаменитых театров. Эн-би-си основала свой Симфонический оркестр под управлением Артуро Тосканини – радио предпочитало «живую», а не «консервированную» музыку с пластинок. Прошли в эфире дебюты оркестров Пола Уитмена, Лоуренса Уэлка, Винсента Лопеса, Гая Ломбардо. Накануне Второй мировой войны классическая музыка была вытеснена популярными ритмами Бенни Гудмана, Оззи Нельсона, Томми Дорси. Что касается развлекательных шоу, то они достигли пика популярности благодаря Бобу Хоупу, Джеку Бенни, Фреду Аллену и Джимми Дюранте.

Сети создавали блестящие радиопьесы и комедийные сериалы, как, например, «Голдберги» – о еврейской семье из Манхэттена. Этот сериал держался в эфире с 1929 по 1946 год. Дневные серийные драмы, предназначенные для домохозяек, пропитанные слезами умиления и насыщенные «пенистой» рекламой производителей моющих средств, получили название «мыльных опер».

Колоссальным событием в истории радио стал день 30 октября 1938 года, когда по сети Си-би-эс прошла радиопостановка «Вторжение с Марса» (режиссер Орсон Уэллс, по роману Герберта Уэллса «Война миров»). Имитация живого репортажа с места событий о захвате марсианами Нью-Йорка и продвижении их в штат Нью-Джерси вызвала массовую панику в стране. Радиослушатели не внимали неоднократным напоминаниям в эфире о том, что это лишь художественная радиопрограмма и все, о чем она повествует, – фантастика. Такой феномен влияния радио на психику людей стал предметом многих исследований в области социологии, психологии, журналистики.

Еще один пример могущества и убеждающей силы радио – феномен Кейт Смит. Популярная певица во время Второй мировой войны провела радиомарафон по сбору средств для фронта. Она просто сидела у микрофона в течение 18 часов и уговаривала американцев дать деньги на разгром врага. Кейт Смит вышла из студии потеряв голос, но Америка, вняв ее просьбам, прислала 39 млн. дол.

Радио США стало и могучим инструментом политики. Подлинным триумфом для президента Франклина Делано Рузвельта стали его радиобеседы с американцами «У камина».

Жанровому и коммерческому богатству радио пришел конец с рождением телевидения. Но радио выжило и с 60-х годов стало набирать популярность благодаря специализациям станций и по содержанию, и по характеру аудитории (черная, испанская и т.д.).

Многое из того, чем прославилось и что пережило радио США, затем было пройдено всем мировым радиовещанием независимо от системы власти и собственности.

Из истории радио Германии

Радиовещание началось в Германии в конце 1923 года и достаточно быстро превратилось в общегерманский централизованный государственный институт. Он стал опорой нацизма еще до прихода Гитлера к власти в 1932 году, т.е. за год до того, как Гитлер получил должность рейхсканцлера из рук Гинденбурга, он добился для своей партии свободного доступа в эфир.

Немецкое радио конца 20-х годов отличали высокий профессионализм информационных, публицистических и просветительских передач и пристальное внимание к акустическим возможностям радио, его способности отражать реальную жизнь в звуковых образах. Этой художественной задаче соответствовали и наиболее прогрессивные художественно-творческие технологии того времени. Построенный во второй половине 20-х годов Берлинский радиодом, по свидетельству специалистов, был одним из лучших в мире по акустическим параметрам и техническому оснащению. Немецкие журналисты и литераторы, активно работавшие по заказу радиоредакций, были увлечены поисками новых форм радиопьесы – поэтической (Г. Кессер), документальной (Э. Толлер, Р. Гунольд, Р. Леонгард и др.). Получает развитие акустический фильм – разновидность документальной радиопьесы с подлинными звуками города, завода, приморского поселка и т.д. (Справедливо заметить, что здесь кроются исторические корни того направления «арт-акустики», которое получило широкое распространение в мировом эфире 90-х годов.)

Опыт немецких радиожурналистов и радиодраматургов получает широкое развитие в разных странах. Например, пьеса Э. Толлера «Новости Берлина», в основе которой лежит сочетание информационных материалов новостного характера и традиционной театральной пьесы, была поставлена почти одновременно в Берлине, Москве, Нью-Йорке и других крупных городах. Теоретическим проблемам радиовещания посвящался цикл статей Б. Брехта «Радиотеория» (1927–1930), книга Р. Кольба «Гороскоп радиопьесы» (1930), исследования В. Беньямина и др. Все они считаются классикой социальной психологии и культурологии XX века.

Гитлер получил в свои руки хорошо развитое средство массовой информации и очень быстро превратил его в инструмент агитации и пропаганды.

Из всех средств воздействия на массы Гитлер отдавал предпочтение радио. Для него звучащее слово было важнее печатного: «Сила, которая превращает религиозное и политическое течение в несокрушимую лавину, это – магическая сила звучащего слова», – заявлял он в своей книге «Майн кампф» («Моя борьба»). С помощью радио Гитлер устроил «эффективную промывку мозгов» своему народу, сравнительно быстро превратив достаточно большую часть его в послушное стадо своих обожателей. Министр пропаганды Геббельс с полным основанием определил радио как «самый важный и надежный инструмент для руководства народом».

Главное место в нацистском радиовещании занимали массированные, хорошо подготовленные пропагандистские кампании. Так, например, готовился референдум жителей Саарской области по вхождению в состав Германии (референдум проходил в январе 1935 года). За год до голосования руководством нацистской партии был создан специальный центр пропаганды, который обрушил на Саар и жителей Германии целый каскад радиопрограмм. В течение года по германским станциям прошло 40 тематических передач под общим названием «Наш Саар», 6 передач «Час нации», посвященных Саару, 22 «специальные» программы на эту же тему, И репортажей с митингов с выступлениями Гитлера и его наместника в Сааре Геббельса, 70 политических бесед, 63 экономические беседы, 77 передач для школьников, 49 передач «Час юношества», 25 радиопьес, 16 хоровых выступлений с саарскими песнями, 15 политических интервью, 12 радиопутешествий по саарским городам, 125 репортажей и «круглых столов», 25 передач на иностранных языках о Сааре как неотъемлемой части Германии. В результате жители Саара проголосовали за присоединение к Германии.

Радиовещание в нацистской Германии контролировалось и направлялось тремя подразделениями: руководством нацистской партии, Министерством пропаганды и отделом культуры рейха. Геббельс был руководителем всех трех. 26 радиостанций представляли институт общегерманского вещания – «Великое германское радио». Политические программы и выступления фюрера шли синхронно по всем станциям. Только определенные программы – для фермеров, для детей, а также передачи культурного характера – передавались на региональном уровне и отражали провинциальные различия в допустимых пределах. Местная станция могла себе позволить дать легкую инструментальную музыку, в то время как по центральной, берлинской, звучала только симфоническая. Джаз был запрещен, гитлеровское руководство определяло его как «безобразное кваканье инструментов, противное нашему слуху». Религиозные и атеистические передачи также были запрещены.

Особое внимание в радиовещании 30-х годов уделялось организации аудитории. Нацисты организовали общегерманскую кампанию под лозунгом «Каждый гражданин страны – радиослушатель». Велась активная работа по коллективному прослушиванию радио в общественных местах и на предприятиях. Принимались решительные меры, чтобы уберечь немцев от иностранного вещания. Для этого с 1933 года стали выпускать новые типы приемников для коллективного слушания – «народный приемник» и «приемник немецкого народного фронта». Эти аппараты не позволяли принимать зарубежные станции. Приемник, предназначенный для массового слушания, впервые появляется в этом году в Германии под названием «Камерад». Он мог обслуживать аудиторию до 500 человек. Специальные коротковолновые приемники были выпущены лишь двумя фирмами – «Телефункен» и «АЕГ», и то только в моделях. Они предназначались, как указывалось в рекламном прейскуранте, «для немцев, находящихся за границей».

На 1 июля 1939 года немецкая аудитория имела чуть больше 15 млн. радиоприемников, через два года их число увеличилось еще на один миллион. Только США превосходили Германию по числу радиоприемников.

В сетке вещания германского радио ведущее место занимал фюрер. Это были и особый радиожанр, и особая рубрика, и особое состояние аудитории. Невозможно было представить Гитлера, сидящего перед микрофоном и ведущего задушевную беседу, отвечающего на вопросы слушателей. Его стихия не радиостудия, а огромный зал, заполненный до отказа людьми, оснащенный микрофонами. Истерические крики фюрера переплетались с ревом обезумевшей от его речей толпы.

С началом победного шествия нацистских войск по Европе и с нападением Германии на СССР германское радио полностью перестроилось на военный лад, основное место в эфире стал занимать блок политических и военных программ. С 1940 года начала выходить передача «Голос солдата». Специальная информационная программа о военных действиях называлась «Экстренные сообщения». Она впервые прозвучала во время захвата Норвегии и стала для слушателей синонимом могущества немецкой армии. Еще одна репортажная военная программа – «Сообщения с фронта» – шла прямо в эфир с самолетов, бомбивших английские города, из передовых частей немецких войск, вступавших в европейские столицы.

Информационные и военные программы постепенно сворачивались и исчезали из эфира, когда гитлеровские войска стали терпеть поражение за поражением. Их заменяли бодрящие выступления Геббельса и радиокомментаторов. Гитлер стал выходить в эфир крайне редко.

Страны антигитлеровской коалиции были единодушны в стремлении демонтировать после победы пропагандистскую машину нацизма, что и произошло. Однако страны двух систем перенесли свои представления на послевоенное устройство Германии. На развалинах гитлеровского рейха образовались два немецких государства, противостоящих друг другу, – ФРГ (с сентября 1949 года) и ГДР (с октября 1949 года). Разделенная Германия на 40 лет стала передним краем «холодной войны», и в частности войны в эфире.

В ФРГ была принята модель общественного вещания, приближающаяся к британской, но не централизованная, а местная, в рамках отдельного региона. Радиовещание в ФРГ получило название «общественно-правового». В ГДР радиовещание носило отпечаток советского образца – централизованное, государственное.

В 1950 году в ФРГ образовался консорциум – АРД, который объединил под своим началом региональные (земельные) радиостанции, но лишь как координатор программной политики. Позже, с образованием телевидения, в этот консорциум вошел блок телестанций. Характерной особенностью западногерманского эфира стало то, что после 1945 года он был насыщен всякого рода зарубежными станциями, в частности радиостанциями (более десятка) войск союзников, которые вещают и до сего дня, занимая внутренние радиочастоты.

В начале 80-х годов в ФРГ были отменены ограничения на коммерческое вещание, и система радиовещания стала «дуальной», или биполярной.

В 1990 году, после объединения двух Германий, радиостанции ГДР вошли в систему консорциума АРД, став общественно-правовыми. Были открыты шлюзы для частных станций. В 1993 году доля частного вещания составляла в западных землях 41, в восточных – 19%.

Общественно-правовое вещание в 90-е годы финансируется за счет абонентной платы и небольших рекламных поступлений. Из общей суммы абонентной платы 25% передаются радио, остальное – телевидению. Радиостанции образовательного, учебного характера живут за счет бюджета земель. Частные, коммерческие, существуют благодаря рекламе.

Сегодня содержательная структура многих германских радиостанций копирует вещание других европейских стран и США. Форматы самые разнообразные: всевозможные

типы музыкальных станций, информационные станции, станции ток-шоу, прямого эфира со слушателями.

В Германии сохраняются лучшие традиции просветительского и художественного вещания. Такие радиоконцерны, как ZDF, «Кельнское радио», «Радио Берлина» и другие, сохраняют в своей структуре специальные редакции, готовящие радиоспектакли по классическим и современным радиопьесам. «Радио Баден-Бадена», например, выпускает ежегодно несколько десятков радиокомпозиций и радиопьес, в том числе и историко-образовательного характера типа «Радио Америки», «Радио Аргентины» и т.д. Каждая такая программа имеет широкую общеевропейскую рекламу и занимает в эфире один раз в месяц до трех с половиной часов. В 1995 году концерн ZDF передал в эфир с синхронной аудиоверсией перевода спектакль «Полный поворот кругом», поставленный на Московском радио кинорежиссером Андреем Тарковским с Никитой Михалковым в главной роли. Этот эксперимент имел успех, и работа была продолжена уже с радиоспектаклями А. Эфроса и других мастеров русского театра и кино.

Из истории радио Франции

Во Франции первая экспериментальная радиопередача прозвучала в 1908 году с Эйфелевой башни. Это была музыка с пластинок. Передачу провел американский изобретатель Ли де Форест, а слышали ее французские военные радиооператоры. Однако это событие вошло в анналы истории американского, но не французского радиовещания.

Регулярное французское радиовещание началось в начале 20-х годов опять-таки с Эйфелевой башни, где расположилась первая радиостанция. В 1932 году была провозглашена государственная монополия на радиовещание, однако с допуском в эфир ограниченного числа частных радиостанций. В 1945 году с частными станциями было покончено, правительство определило электронные СМИ как официальный рупор своей политики, всецело подчинив эфир контролю. Известна хрестоматийная фраза генерала де Голля, тогдашнего лидера Французской Республики: «У вас, у оппозиции, есть газеты, у меня – радио и телевидение».

Французское вещание отличали высокий эстетический уровень и жанровое разнообразие программ, забота о национальной культуре и французском языке. Среди наиболее популярных были программы о французских шансонье, различные забавные игры с участием куплетистов, детские передачи в виде викторин, состязания умелых и сообразительных с вручением призов победителям, литературно-драматические композиции и радиоспектакли различных жанров.

В отличие от ряда стран мира, вместе с развитием радио проходивших начальную школу грамотности и духовного оформления, Франция начинала радиовещание без подготовительного периода – она сразу направила вещание в русло национальной культуры.

В истории французского радио выделяются два наиболее выразительных и характерных пласта программ: радиотеатр и музыкальные передачи. Постановочный, драматургический элемент как радийный был основой многих программ. Зачем, к примеру, давать в эфир беседу, от которой может заскучать слушатель? Не лучше ли превратить ее в диалог реальных или придуманных персонажей? На французском радио к работе над готовым текстом регулярно привлекались мастера диалога – драматурги, киносценаристы.

В 1947 году в эфир вышел цикл музыкальных передач для детей и юношества под названием «В царстве музыки». Они были построены в форме радиопьес, в которых фигурировали фея Музыка, принц Ритм, мадам Сольфеджио и ее семь детей – До, Ре, Ми, Фа, Соль, Ля, Си. Цикл пользовался столь большой популярностью, что через десять лет к нему добавили еще один – «Турнир в царстве музыки». Здесь уже проявляли свои таланты одаренные дети до 14 лет из разных городов страны. В конце года профессора Парижской консерватории подводили итоги «турнира» и награждали победителей.

Неиссякаемым источником французского радиотеатра были отечественная история, отечественная и мировая классика. Список инсценировок и радиопьес огромен. Он включает сотни названий, в том числе инсценировки Л. Толстого, пьесы Корнеля и Шиллера.

В 60-е годы, когда телевидение отобрало у радио почти всю драматургию, радио осталось в поле культуры, пытаясь найти свои подходы к художественному вещанию.

На Международной конференции Европейского радиовещательного союза в конце 60-х годов отмечался опыт Франции, где радио и телевидение выступают не как конкуренты, а как союзники. Так, постоянная телевизионная рубрика «Театр через века» была под пристальным вниманием радио. Радио заблаговременно предупреждало телезрителей, своих радиослушателей, что на следующий день после телепремьеры они могут принять участие в ее обсуждении в радиостудии.

Большое место во французском радиотеатре занимают современные оригинальные радиопьесы. Для того чтобы стимулировать авторов, радио объявляет ежегодные конкурсы на лучшую комедию и драму. Этой же цели служат международные фестивали радио в Канне и в Арле, за лучшие работы вручаются премии.

Творческое беспокойство французского вещания постоянно подогревалось экстерриториальными радиостанциями, которые вторгались во французский эфир, привлекая к себе внимание слушателей, такими, как «Радио Монте Карло», «Радио Люксембург», «Европа-1», а также бельгийское и швейцарское радио.

Правительство долгие годы щедро субсидировало электронные СМИ, поддерживая высокий уровень художественного вещания. Парижский Дом радио к началу 70-х годов располагал четырьмя оркестрами, четырьмя хоровыми коллективами, включая детскую певческую капеллу; подобные оркестры и хоры имелись и в других городах, где шло вещание. В этот период радио Франции ежегодно использовало до 35 тыс. актеров, певцов и музыкантов и ежедневно давало в эфир две новые концертные программы. С творческим потенциалом Французского радио могли соперничать только три страны в Европе – Советский Союз, Англия и Италия.

Почти в течение сорока лет после войны электронные СМИ Франции постоянно перестраивались, реорганизовывались, переименовывались, сокращались. В 1982 году государственной монополии в сфере вещания пришел конец: государственные каналы преобразовывались в общественные. В эфир хлынул поток передач новых коммерческих станций. Только вокруг Парижа в первый же год после демонополизации эфира их появилось более 150. Многие эпатировали публику тяжелым роком, проповедью гомосексуализма, эротики и т.д. Лишь четкая и жесткая лицензионная политика государства помогла со временем устранить крайности. В новой структуре французского вещания осталось одно централизованное подразделение общественного характера – «Радио Франс», в которое входят три общенациональные радиосети: «Франс Интер», «Франс Культюр» и

«Франс Мюзик». «Радио Франс» имеет два симфонических оркестра и два хора. Оно оказывает помощь 12 региональным радиокомпаниям.

Официально еще с 70-х годов XX века были провозглашены четыре основных принципа французского вещания:

1) доступ общественности к разнообразным программам и информации;

2) независимость работников эфира от государства и частных финансовых интересов;

3) децентрализация вещания через увеличение числа местных станций;

4) сохранение за государством роли регулятора и ответственного за лицензирование станций.

К началу XXI века радио Франции сохранило внимание широкой аудитории за счет разнообразия каналов и программ.

Из истории радио Великобритании

Английский журнал «Беспроволочный мир» в сентябре 1920 года сообщил о передачах мощного радиотелефона, установленного в городе Чельсфорде. Человеческая речь принималась судовой радиостанцией до расстояния в 1800 км, музыка – до 2800 км.

Экспериментальное радиовещание, называвшееся радиотелефонией, осуществлял Гульельмо Маркони – выходец из богатой англо-итальянской семьи, уроженец Италии, отдавший свои способности радиоизобретателя великой морской державе.

Начало регулярному вещанию в Англии положили шесть производственных фирм, основавших частную компанию «Бритиш бродкастинг компани», или Би-би-си, которая вышла в эфир 15 декабря 1922 года. Вещание финансировалось за счет отчислений от прибылей фирм, за счет спонсоров, оплачивавших программы, абонентной платы. Реклама в эфире запрещалась, хотя разрешалось спонсирование программ и упоминание имени спонсора в эфире.

Через пять лет решением парламента акции частной компании выкупило государство. По королевской хартии была основана общественная радиокорпорация. Так, 1 января 1927 года состоялось второе рождение Би-би-си уже под названием «Бритиш бродкастинг корпорейшн». Она являлась монополистом британского эфира до середины 50-х годов в области телевидения и до начала 70-х – в сфере радиовещания. Эта компания явила собой образец профессионального журнализма и высокой культуры. До середины 40-х годов Би-би-си имела два общенациональных канала: «Home Service», или «Внутренняя служба» («Дом»), и «Light», или «Легкая программа». На втором канале в основном звучали комедийные передачи, викторины, камерная музыка, детские программы. Новости давались порциями. Он привлекал до двух третей слушателей. На канале «Внутренней службы» преобладала симфоническая музыка, радиопостановки по классическим произведениям, дебаты, аналитические информационные программы.

Послевоенной новинкой стал третий канал Би-би-си, предназначенный для образованной аудитории. В сетке его вещания были, к примеру, программы об искусстве

пения «а-капелла», передачи, посвященные средневековой поэзии, истории Англии, а также комментарии на темы дня, «круглый стол» по международным проблемам.

В мировом радиовещании Великобритания сыграла столь же важную роль примера, как и Соединенные Штаты. Разные страны решали, какую модель предпочесть: общественную, британскую, или коммерческую, американскую. Британский подход к радиоискусству отличался от американского. Если брать жанр радиодрамы (а позже и теледрамы), то для произведений Би-би-си свойственна психологически углубленная разработка характеров, более высокое мастерство актерской игры. Различна также стилистика документальных и информационных программ двух стран. Британской манере в отличие от американской не чужды самокритичность и самоирония, но чужд американский агрессивный, почти развязный стиль подачи новостей. Новостийно-информационная служба Би-би-си – одна из лучших в мире, лишенная банальных прописей и проповедничества. Эмоционально насыщенные выражения беспощадно вымарываются из бюллетеней новостей, репортеры Би-би-си обучены избегать сенсационности, не поддаваться настроениям и аффектации в информационных программах.

Би-би-си заслужила всемирную репутацию самого надежного источника информации. В годы войны передачи из Лондона были голосом правды и надежды в оккупированной Европе. Кроме того, Лондон и студии Би-би-си в это время являлись опорной базой и польского Сопротивления, и радиостанции «Свободная Франция» под руководством де Голля, и большой армии американских журналистов, готовивших здесь программы для своих сетей. С зажигательными речами выступал во время войны по Би-би-си Уинстон Черчилль. В текстах его радиовыступлений позже были обнаружены интересные пометки, которые могли бы служить руководством для современных политиков, выходящих в эфир. Так, на полях одного из своих пассажей Черчилль пишет: «Аргументация слабая, здесь надо усилить голос!»

Для Би-би-си характерна стабильная сетка радиопередач, поскольку на нее не влияют капризы коммерческого свойства. Так, по каналу «Дом» с 1932 по 1959 год шла радиопередача о Лондоне «В ночном городе». Через 27 лет ее переименовали в «Сегодня в городе». Ведущий остался тот же – Питер Данкэн. 28 июня 1960 года Би-би-си отмечала 20-летие музыкальной передачи «Пока вы работаете». Передача начиналась на канале «Дом» после 10 часов утра, а во второй половине дня «переходила» на «Легкую программу». Она состояла из известных мелодий, без сопровождения ведущего, в стиле «бэкграунд мьюзик» и была очень популярна у производственников и управленцев, находившихся на работе. Администрация ряда промышленных предприятий сообщала, что эта радиопрограмма снижает утомляемость рабочих и повышает производительность труда. В то же время администрация обращалась к Би-би-си с просьбой не включать в программу незнакомые мелодии, которые «заставляли бы рабочих прислушиваться к ним и отрываться от работы».

Мастерски делала Би-би-си проблемные передачи, такие, например, как «круглый стол» о существовании Бога; провели ее философ Бертран Рассел и иезуит священник Кэйплстоун. К этой же категории радиопередач относятся знаменитые рейтовские лекции, учрежденные Би-би-си в 1947 году в честь первого директора корпорации. Этот, казалось бы, нерадийный жанр явился для Би-би-си своего рода «знаком доблести» для лектора: выступления у микрофона, которые готовили знаменитые деятели культуры и науки, становились событием года.

В 1973 году по решению парламента появилось частное радиовещание, финансируемое рекламодателями. С принятием ряда законов по электронным СМИ в 1990 и 1996 годах структура радиовещания обрела такую картину.

I. Общественное радиовещание – Би-би-си, работающее на пяти общенациональных каналах круглосуточно:

– «Рейдио-1» – трансляция поп-музыки для молодежи;

– «Рейдио-2» – легкая программа;

– «Рейдио-3» – классическая музыка;

– «Рейдио-4» – внутренняя программа;

– «Рейдио-5» – информационно-спортивная радиостанция.

И. Частное радиовещание – «Управление по радиовещанию» («Рейдио осорити») – три общенациональных канала:

– «Эф Эм Классика» – новости, классическая музыка. Вышел в эфир в 1992 году;

– «Вирджин 1215» – рок-музыка. В эфире с 1993 года;

– «Ток рейдио Ю. Кей» – «Разговорное радио Объединенного Королевства». В эфире с 1995 года.

Из истории радио Канады

Своеобразие канадских электронных СМИ по их организационной структуре заключается в том, что мощная влиятельная национальная сеть СВС («Канадская вещательная корпорация») – это сплав общественных и частных радиостанций (она включает в себя и телевидение). Первая радиостанция заговорила в Монреале в 1918 году. В 1932 году образовалась радиовещательная организация – предтеча СБС. Официально СБС была основана по Закону от 1936 года. Закон о вещании 1968 года подчеркнул роль СБС как «национальной вещательной службы, канадской по содержанию и характеру».

Регулятором и контролером электронных СМИ является государственное агентство «Канадская радиотелевизионная и телекоммуникционная комиссия», которое также занимается вопросами развития компьютерных технологий, кабельного и спутникового вещания.

К 90-м годам электронные СМИ Канады представляли собой разветвленную сеть станций, охватывавших вещанием обширные просторы десяти провинций и двух территорий страны. Корпорация СБС имела около 800 радиостанций и ретрансляторов, из которых частные филиалы составляли меньше половины.

СБС вещает на двух официальных языках страны – английском и французском. Это соответственно две программные радиосети. СБС имеет в своем составе и международную службу «Радио Канады». Она обеспечивает также службу радиовещания канадских вооруженных сил по всему миру.

Образовательное вещание Канады не имеет своей организации общенационального масштаба. Этот вид вещания – привилегия канадских провинций.

Коммерческий сектор вещания, существующий отдельно от СБС, не получает финансовой помощи от государства. Коммерческие радиостанции не имеют объединяющей сети (в отличие от коммерческих ТВ-станций) и работают как независимые вещательные организации. Они существуют за счет рекламы, за исключением станций, входящих в СБС. Канадская вещательная корпорация на 80% финансируется правительством, на 20 – рекламой. Абонентная плата отменена в Канаде в 1953 году.

Канада в течение многих лет упорно отстаивает свою национальную самобытность, экономическую состоятельность, вызывая недовольство своего могучего южного соседа – США. Провозглашенная программа «канадского содержания» в электронных СМИ подкрепляется квотами на зарубежную аудио- и видеопродукцию в эфире. Так, 30% музыкального вещания на любой станции должно иметь «канадское содержание».

Из истории радио Японии

22 марта 1925 года в Токио открылось экспериментальное радиовещание, подготовив почву к созданию регулярного вещания. Его началом следует считать 12 июня 1925 года. Правительство, испытывавшее финансовые затруднения, пустило развитие радиовещания «на волю волн», придав станциям статус бесприбыльных частных организаций, существующих за счет абонентной платы.

Провозглашая независимость радиовещания, правительство на практике подчинило его себе. Министр коммуникаций выступал как цензор программ, мог снимать и назначать руководителей вещания по своему усмотрению. 20 августа 1926 года была основана «Японская вещательная корпорация» Эн-эйч-кей, объединившая в единую сеть радиостанции трех японских городов – Токио, Осака и Нагоя. Постепенно она расширила свою деятельность на всю страну. С ростом популярности радио росло число станций и владельцев приемников.

На заре радиовещания важное место в сетке программ занимали художественно-драматические передачи. Помимо радиопрограмм, разыгрываемых в студии, немало было прямых трансляций из театров. Японское радио развило свою собственную традицию речевого искусства, когда один и тот же актер читает и играет драматическую историю. Очень популярным стало чтение романов по радио.

До 1931 года лозунгом японского вещания были слова: «Люди прежде всего». С ростом милитаризма, после вторжения Японии в Маньчжурию, этот лозунг сменился другим: «Государство прежде всего». Военные стали играть доминирующую роль и в радиовещании. Эфир заполонили политические и ура-патриотические программы. До конца Второй мировой войны «Японская вещательная корпорация» была рупором милитаризма.

С осени 1945 года японское вещание работало под контролем оккупационной цензуры. Новый период японского вещания в условиях демократических свобод начался с 1950 года, с принятием законов о развитии электронных СМИ. Законодательство открыло путь и коммерческому вещанию: первые коммерческие станции дебютировали в 1950 году.

Современная структура вещания в Японии представляет собой биполярный мир некоммерческих и коммерческих станций. Некоммерческую сферу представляет старейшая радиотелевизионная сеть Эн-эйч-кей, которая по размаху своей деятельности превосходит все коммерческие радиосети и радиокомпании Японии, вместе взятые. В начале 90-х годов из общего количества радиостанций в стране – 1269 – на долю Эн-эйч-кей приходилось 856. Корпорация существует за счет абонентной платы за телевещание; за радиовещание абонентная плата отменена в 1968 году. Реклама на Эн-эйч-кей запрещена.

Крупные коммерческие радиосети появились в Японии в середине 60-х годов, наиболее заметные из них «Джапен» и «Нипон».

Для всего японского вещания, коммерческого и некоммерческого, законом определены следующие требования:

– защищать общественное спокойствие и общественную мораль;

– придерживаться политической корректности и нейтральности;

– представлять все точки зрения по сложным проблемам;

– соблюдать сбалансированность информационных, образовательных, художественных, развлекательных и других программ.

Из истории радио Австралии

История радиовещания в Австралии опирается на четыре ключевые даты: 22 сентября 1918 года здесь было принято радиотелеграфное сообщение из Англии; 13 августа 1919 года в Сиднее прошла демонстрация радиотелефона для Королевского общества Нового Южного Уэльса; в 1921 году в Мельбурне прозвучала первая экспериментальная передача, радиолюбители услышали концерт в эфире; 13 ноября 1923 года состоялось официальное представление австралийского радиовещания населению – открыла регулярные передачи радиостанция в Сиднее.

Радиослушатель поначалу платил абонентную плату конкретной станции – об этом позаботились государство и промышленники, выпуская приемники с фиксированной частотой. Принцип фиксации не оправдал себя и через год был отменен.

В 1924 году Министерство почт выпустило новые правила деятельности радиовещания. Станции были разбиты на две категории – А и В. Для станций первой группы источником дохода определялась абонентная плата, для второй – реклама. Лицензии на вещание выдавались сроком на пять лет. Позже эти две группы получили соответственно названия «национальная» и «коммерческая».

Закон о радиовещании 1932 года объединил все станции группы А под эгидой «Австралийской вещательной комиссии», позднее (1983) переименованной в «Австралийскую вещательную корпорацию». Аббревиатура объединения осталась неизменной – ABC.

В 1974 году абонентная плата за радио в Австралии была отменена. В 90-е годы ABC являлась единственной организацией вещания на Западе, полностью финансируемой

правительством. По новому законодательству в ведении Министерства почт и телекоммуникаций находится техническое обеспечение радио и телевидения, а функции регулирования и контроля за вещанием возложены на особое федеральное агентство «Австралийский трибунал по вещанию», ответственное за лицензирование, качество рекламы на коммерческих станциях, соответствие лицензионным стандартам и нормам.

На пороге XXI века вещание в Австралии представляет собой структуру из четырех компонентов.

1. Корпорация ABC. Это более 500 станций амплитудной и частотной модуляции, 6 коротковолновых станций. Радиовещание осуществляется по трем каналам. Отдельное подразделение корпорации – международная служба «Радио Австралии» – 14 коротковолновых станций, вещающих на 9 языках на регионы Океании и Азии.

2. Ассоциация общественного вещания – просветительское, образовательное радио. Включает в себя более 40 станций, большинство из которых – радио колледжей и университетов. Начало деятельности ассоциации – 1974 год.

3. Коммерческое вещание. Радио и телевидение имеют свои отдельные федерации. В Федерацию австралийского радиовещания входит более 150 станций.

4. «Специальная вещательная служба» – радиостанции в Сиднее и Мельбурне, вещающие ежедневно на 50 языках, и система телестанций в ряде городов Австралии, работающих по тому же принципу. Этот феномен рожден в 70-е годы как следствие ослабления ограничений для въезда в страну эмигрантов-неевропейцев. Задачи службы – интегрировать разноязычный поток приезжих в австралийское общество.

Австралийское общество резко изменило в последние десятилетия свое отношение к аборигенам. С середины 60-х годов аборигенам предоставлены гражданские права, принята система мер по сохранению их традиций, языка, культуры, улучшению образования, по социальной помощи. Информационным обеспечением аборигенов занимаются ABC и Центральная ассоциация средств информации австралийских аборигенов – CAAMA.

Формат внутренних австралийских радиопрограмм, как и повсюду в мире, это MHC: музыка, новости, спорт. В крупных городах радиостанции отводят более четверти вещательного времени музыке, 30% – развлекательным передачам, более 10 – ток-шоу, 8 – новостям, более 6 – спорту, 3–4 – радиоинсценировкам литературных произведений, 2% – религиозным передачам. Более 4% вещательного времени занимают парламентские передачи. Закон 1946 года обязал ABC передавать по одному из радиоканалов 76 заседаний парламента ежегодно.

ОСНОВНЫЕ ДАТЫ РАЗВИТИЯ РАДИОТЕХНИКИ

Предыстория (1600–1894)

1600 – первые исследования электрических и магнитных явлений (У.Гильберт, Англия)

1650 – изобретена электростатическая машина (О. Герике, Германия)

1678 – разработана волновая теория света (Х. Гюйгенс, Голландия)

1729 – открыто явление электропроводности (С. Грэй, Великобритания)

1745 – создан электрический конденсатор (Э. Клейст, Германия, и независимо П. Мушенбрук, Голландия)

1791 – открыт физиологический индикатор электрических воздействий (животные ткани) (Л. Гальвани, Италия)

1799 – изобретен электрохимический источник постоянного тока («вольтов столб») (А. Вольта, Италия)

1802 – получена электрическая дуга (В.В. Петров, Россия)

1820 – установлено магнитное действие электрического тока (Х. Эрстед, Дания);

– открыто взаимодействие электрических токов (А. Ампер, Франция)

1827 – сформулирован основной закон электрической цепи, названный законом Ома (Г. Ом, Германия)

1834 – открыто электромагнитное поле (М. Фарадей, Великобритания)

1836 – изобретена индукционная катушка (Н. Каллан, Великобритания); известна под названием катушки Румкорфа, созданной в 1851 г. Г. Румкорфом, Франция, независимо от Каллана

1837 – изобретен электромагнитный телеграфный аппарат с записью сигналов на бумажной ленте (С. Морзе, США; позже он предложил телеграфный код в виде коротких и длинных посылок, известный под названием азбуки Морзе)

1842 – открыт колебательный характер искрового разряда (Д. Генри, США)

1847 – сформулированы закономерности протекания электрического тока в разветвленных цепях (правила Кирхгофа) (Г. Кирхгоф, Германия)

1859 – открыты электронные (катодные) лучи (Ю. Плюккер, Германия)

1865 – создана теория электромагнитного поля (Д. Максвелл, Великобритания);

– основан Международный телеграфный союз (с 1932 г. – Международный союз электросвязи)

1874 – открыта односторонняя электропроводимость полупроводниковых материалов (К. Браун, Германия)

1876 – изобретен электромагнитный телефон (А. Белл и независимо И. Грэй, США)

1877 – создан фонограф – прибор для механической записи и воспроизведения звука (Т. Эдисон, США)

1878 – изобретен угольный микрофон (Ц. Юз, США)

1881 – проведены опыты звуковой стереофонической проводной трансляции (К. Адер, Франция)

1882 – создана система беспроводной низкочастотной электрической связи (А. Долбер, США)

1887 – открыт способ излучения электромагнитных волн передатчиком с искровым генератором и вибраторной антенной (Г. Герц, Германия); передатчик Герца был использован в аппаратуре радиосвязи первого поколения;

– изобретен индикатор электромагнитных колебаний с искровым детектором и рамочной антенной (Г. Герц, Германия);

– создан граммофон – прибор для механической записи и воспроизведения звука с дисковым звуконосителем (Э. Берлинер, США)

1888 – создан фотоэлемент с внешним фотоэффектом (А. Риги, Италия, и независимо А. Г. Столетов, Россия)

1889 – созданы электромашинные генераторы переменного тока высокой частоты (Э.Томсон и независимо Н. Тесла, США)

1890 – создан детектор электрических колебаний на основе металлического порошка, впоследствии названный когерером (Э. Бранли, Франция)

Первые шаги (1895–1920)

1895 – созданы аппараты для приема электромагнитных сигналов на основе когерерных индикаторов (А.С. Попов, Россия, и независимо Г. Маркони, Италия)

1898 – изобретен прибор для магнитной записи электрических сигналов на стальную проволоку (В. Паульсен, Дания)

1901 – осуществлена трансатлантическая передача телеграфных радиосигналов из Великобритании в Канаду на расстояние 3500 км (Г. Маркони, Италия)

1904 – изобретена двухэлектродная электронная лампа – диод (Д.Флеминг, Великобритания)

1906 – изобретена трехэлектродная электронная лампа – триод (Л. де Форест, США)

1907 – изобретена схема лампового радиоприемника прямого усиления (Л. де Форест, США);

– предложен проект телевизионной системы с электронной разверткой изображения (Б.Л. Розинг, Россия);

– изобретена антенна с кардиоидной диаграммой направленности (Д. Пикард, США)

1908 – предложен проект двухцветной телевизионной механической системы с одновременной передачей цветовых сигналов (А.А. Адамян, Россия)

1913 – изобретен ламповый генератор незатухающих колебаний и построен ламповый радиотелефонный передатчик (А. Мейсснер, Германия);

– изобретена регенеративная схема радиоприемника (3. Штраус, Австрия; А. Мейсснер, Германия; К. Франклин, Х. Раунд, Великобритания; Э. Армстронг, И. Ленгмюр; Л. де Форест, США);

– изобретена рефлексная приемная схема (У. Томпсон, Великобритания)

1918 – изобретена супергетеродинная схема радиоприемника (Л. Леей, Франция; В. Шоттки, Германия; Э. Армстронг, США);

– создана Нижегородская радиолаборатория (НРЛ) – крупная научно-исследовательская организация в области радиотехники (Россия)

1920 – в Питсбурге (США) под руководством Ф. Конрада начала работать первая радиовещательная станция фирмы «Вестингауз»

Завоевание пространства (1921–1995)

1921 – открыто сверхдальнее распространение коротких радиоволн радиолюбителями США и Великобритании;

– в Москве начато проводное вещание для озвучивания шести площадей города

1922 – изобретены усилительная и регенеративная схемы на кристаллическом диоде (О.В. Лосев, РСФСР);

– вступила в строй первая в РСФСР Центральная радиотелефонная (радиовещательная) станция им. Коминтерна (Москва);

– построена Шуховская радиобашня высотой 148 м

1923 – продемонстрирована работа телевизионной системы с оптико-механической разверткой изображения (Д. Бэрд, Великобритания)

1924 – вышло постановление СНК СССР «О частных приемных радиостанциях»;

– основан журнал «Радиолюбитель» (с 1931 по 1941 г. назывался «Радиофронт», с 1946 г. – «Радио»);

– начато регулярное радиовещание в России;

– создано акционерное общество «Радиопередача» для организации широковещания по радио в СССР;

– в США для трансляции президентских выборов создана первая в мире сеть из 20 радиостанций, положившая начало сети WBC

1925 – в Москве создан первый трансляционный узел проводного звукового вещания в Доме союзов

1927–1931 – началось телевизионное вещание по системе с оптико-механической разверткой изображения (США, Великобритания, Германия, СССР)

1928 – разработана система цветного телевидения с оптико-механической разверткой изображения (Д. Бэрд, Великобритания) и с использованием изобретения А.Л. Полумордвинова (Россия)

1929 – изобретен кинескоп – приемная телевизионная трубка (В.К. Зворыкин, США; М. фон Арденне, Германия)

1930 – демонстрация электронной телевизионной системы с диссектором (Ф. Фарнсуорт, США) и бегущим лучом (М. фон Арденне, Германия)

1931 – изобретен иконоскоп – передающая телевизионная трубка (независимо СИ. Катаев, СССР; В.К. Зворыкин, США)

1933 – изобретена передающая телевизионная трубка – супериконоскоп (П.В. Шмаков, П.В. Тимофеев, СССР);

– демонстрация телевизионной системы с электронной разверткой изображения на иконоскопе (В.К. Зворыкин, США);

– введена в эксплуатацию под Москвой радиовещательная станция им. Коминтерна мощностью 500 кВт

1935 – разработана широкополосная система радиопередачи с частотной модуляцией (Э. Армстронг, США);

– сооружена первая линия радиорелейной связи между Нью-Йорком и Филадельфией (США)

1936 – проложена первая кабельная коаксиальная линия связи между Нью-Йорком и Филадельфией (США);

– начало телевизионного вещания по системе с электронной разверткой изображения (США, Англия, Франция);

– телевизионная трансляция с Олимпийских игр в Берлине

1938 – начались регулярные передачи Ленинградского и Московского телецентров по системе с электронной разверткой изображения

1939 – в Москве введен в эксплуатацию трансляционный узел кабельного телевидения;

– изобретена проекционная телевизионная установка «Эйдофор» (Ф. Фишер, Швейцария)

1940 – создана система цветного телевидения с электронной разверткой и механическим цветоделением (П. Голдмарк, США)

1943 – под Куйбышевом (ныне Самара) построена в то время самая мощная 1200-киловаттная радиовещательная станция;

– изобретена высокочувствительная передающая телевизионная трубка – суперортикон (А. Роуз, П. Веймер и Г. Лоу, США)

1947 – изобретен полупроводниковый триод – транзистор (Д. Бардин, У. Браттейн, В. Шокли, США)

1948 – изобретена голография (Д. Габор, Великобритания);

– опубликована книга «Кибернетика» (Я. Винер, США);

– Московский телевизионный центр переоборудован для вещания с разложением изображения на 625 строк. Впоследствии этот стандарт был принят в большинстве стран мира

1949 – заложены основы теории информации (К. Шеннон, США)

1950 – разработана первая советская электронная цифровая вычислительная машина;

– изобретена передающая трубка – видикон (П. Веймер, С. Форг, Р. Гудрич, США)

1951 – открыт способ квантового усиления электромагнитных волн (В.А. Фабрикант, М.М. Вудынский, Ф.А. Бутаева, СССР);

– изобретен цветной масочный кинескоп (Г. Лоу, США)

1953 – разработана система цветного телевидения NTSC (Национальный комитет по телевизионным системам США)

1959 – 7 октября фототелевизионная система, установленная на борту межпланетного космического аппарата «Луна-3», сфотографировала, а затем передала на Землю изображения невидимой стороны Луны (СССР);

– разработана французская система цветного телевидения, развившаяся затем в систему СЕКАМ (А. де Франс, Франция)

1960 – изобретен твердотельный лазер – квантовый генератор оптического диапазона (Т. Мейман, США);

– разработана система звукового стереофонического радиовещания с полярной модуляцией (Л.М. Кононович, СССР)

1962 – создан полупроводниковый лазер (Р. Холл, М. Нейгек и независимо И. Холопьяк, США);

– разработана система цветного телевидения ПАЛ (В. Брух, ФРГ)

1964 – выведен на геостационарную орбиту связной ИСЗ «Синком-3» с активными ретрансляторами на борту (США)

1965 – выведен на высокоэллиптическую орбиту первый советский связной ИСЗ «Молния-1», предназначенный для ретрансляции телевидения;

– вступила в эксплуатацию первая международная система спутниковой связи «Интелсат»

1966 – из космоса на Землю переданы телевизионные изображения панорамы лунной поверхности с борта межпланетного космического аппарата «Луна-9», совершившего мягкую посадку на Луну (СССР);

– впервые предложено использовать стекловолоконные световоды в качестве линий связи (К. Као, Г. Хокхам, США, и независимо М. Борнер, ФРГ)

1967 – начала действовать первая национальная система спутникового телевизионного вещания «Орбита» (СССР);

– завершено сооружение в Москве Общесоюзного телецентра и уникальной радиотелевизионной башни высотой 533 м

1969 – 20 июля переданы с поверхности Луны на Землю радио- и телевизионные репортажи астронавтами Н. Армстронгом и Э. Олдрином (США)

1976 – введена в действие первая спутниковая система непосредственного телевизионного вещания «Экран» (СССР)

1988 – введена в эксплуатацию первая трансокеанская волоконно-оптическая линия связи, соединившая США, Великобританию и Францию;

– введена в действие волоконно-оптическая линия связи Ленинград – Сосновый Бор протяженностью 120 км (СССР)

1989 – начала работать спутниковая система «Москва – Глобальная» (СССР), обеспечивающая прием советских телевизионных программ на всей населенной территории Земли

1993 – вступила в эксплуатацию цифровая подводная волоконно-оптическая линия связи Дания – Россия (г. Кингисепп), положившая начало участию России в создании глобального кольца цифровой связи

1994 – запущен и вступил в эксплуатацию ИСЗ «Галс» для системы непосредственного телевизионного вещания (Россия);

– разработана система цифрового звукового радиовещания (Международный проект «Эврика-147»)

1995 – начала работу первая в России система цифрового непосредственного вещания со спутника «НТВ Плюс»

СТАНОВЛЕНИЕ ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ РАДИОЖУРНАЛИСТИКИ В СССР

1925 – 10 радиовещательных станций

– 24750 радиоприемников

1928 – 65 радиовещательных станций

– 70 тыс. радиоприемников

– 11742 трансляционные точки с громкоговорителями

– 9931 трансляционная точка с наушниками

1940 – 90 радиовещательных станций

– 1,1 млн. радиоприемников

– 5,9 млн. радиотрансляционных точек

1945 – около 100 радиовещательных станций

– 1 млн. радиоприемников

– 5,6 млн. радиотрансляционных точек

1990 – около 2200 радиовещательных станций, 85 млн. радиоприемников и 120 млн. радиоточек

СТАНОВЛЕНИЕ РЕГУЛЯРНОГО ВЕЩАНИЯ В РОССИИ

27 февраля 1919 г. – впервые в стране вместо сигналов азбуки Морзе в эфире прозвучал человеческий голос: «Алло! Алло! Говорит Нижегородская радиолаборатория»

17 июня 1921 г. – начало регулярных информационных передач (телеграммы РОСТА) через рупоры громкоговорящих радиоустановок на шести площадях Москвы

21 августа 1921 г. – первые речевые передачи Центральной радиотелефонной станции в Москве

17 сентября 1922 г. – первый радиоконцерт в эфире, переданный Центральной радиотелефонной станцией в Москве

8 сентября 1924 г. – трансляция первого «Радиопонедельника» – регулярной музыкальной передачи из Большого театра в Москве

2 октября 1924 г. – начало ежедневных регулярных передач Сокольнической радиостанции им. А.С. Попова в Москве

23 ноября 1924 г. – начало ежедневных регулярных передач станции им. Коминтерна

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ РАДИОПРЕССА

1925–1928 – «Новости радио», газета акционерного общества «Радиопередача»

1924–1930 – «Радиолюбитель», журнал Общества друзей радио

1925–1930 – «Радио всем», журнал Общества друзей радио

1934–1941 – «Радиофронт» (образован на базе журналов «Радиолюбитель» и «Радио всем»), журнал Общества друзей радио, позднее орган Осоавиахима (ДОСААФ) и Наркомата связи СССР

1928–1930 – «Радиослушатель», журнал Радиоуправления Наркомпочтеля СССР; с 1945 выходит под названием «Радио»

1930–1931 – «Говорит Москва», журнал ВРК при СНК СССР

1934–1935 – «Радиогазета», газета ВКР при Наркомпочтеле СССР

1935–1941 – «Радиопрограммы», газета ВРК при СНК СССР

1931–1936 – «Говорит СССР», журнал ВРК при СНК СССР

1937–1939 – «Работник радио», бюллетень ВРК при СНК СССР

1952–1956 – «В помощь местному радиовещанию», журнал ВРК при СМ СССР

1957–1970 – «Советское радио и телевидение», ежемесячный литературно-критический и теоретический журнал; издание Госкомитета Совета Министров СССР по радиовещанию и телевидению

1970–1992 – выходил под названием «Телевидение и радиовещание»

1999 – «Радио FM», ежемесячный журнал о радио; информационно-рекламное литературно-критическое иллюстрированное коммерческое издание

ФОРМАТЫ КОММЕРЧЕСКИХ ИНФОРМАЦИОННО-МУЗЫКАЛЬНЫХ РАДИОСТАНЦИЙ

Понятие «формат» подразумевает прежде всего основные принципы и параметры вещания, т.е. определение концепции работы радиостанции, ориентированной на определенную потенциальную аудиторию, ее возможности для слушания и информационные и эстетические запросы.

«Локальные» коммерческие информационно-музыкальные станции – это деловые предприятия, которые постоянно конкурируют друг с другом, следовательно, для них важно не только учитывать потребности и запросы своей аудитории, но и оперативно отслеживать изменения в этих запросах. Однако это не значит, что лучший способ привлечь к себе слушателей – ставить в эфир музыку разных стилей и направлений. Как раз это может негативно подействовать на слушателя, а заодно и потенциального рекламодателя, который в данной ситуации не будет знать, сможет ли он в этих условиях окупить свои вложения.

Коммерческая радиостанция должна досконально знать музыкальные пристрастия своей потенциальной аудитории и подбирать материал в соответствии с ними. Эти проблемы и призван решить формат радиостанции – тип вещания, способ существования станции в эфире. В понятие «формат» входят концепция вещания, а также подбор музыкальных композиций, соответствующих специфике станции, соответствующий способ подачи новостей, рекламные ролики, джинглы (аудиологотипы радиостанции), отбивки, манера поведения ди-джеев. Основная идея программирования – выбрать формат, который будет привлекателен для аудитории определенных возрастных категорий и занятий и позволит удерживать внимание того сегмента рынка, в котором заинтересована станция и, следовательно, рекламодатели. Наиболее популярными в 90-е годы и коммерчески выгодными как в США и Европе, так и в России стали следующие форматы.

Формат AC – Adult Contemporary («Современный взрослый»). Имеет ряд подформатов (Hot AC, Urban AC, Lite). AC был наиболее популярен в 80-е годы, однако и в настоящее время не сдает лидирующих позиций. Основная аудитория этого формата – от 25 до 49 лет. Эта возрастная группа наиболее привлекательна для рекламодателей, так как более прочих нацелена на зарабатывание и трату денег. Коэффициент рекламной стоимости одной тысячи слушателей на таких станциях очень высок. Однако некоторые рекламодатели вкладывают свои деньги в станции AC-формата, так как им самим нравится этот тип вещания. Данные станции очень популярны также у женской аудитории.

Музыкальная основа таких станций – самые модные и старые поп-хиты 70–90-х годов, отсутствие любой «тяжелой» музыки. В их эфир иногда включаются и элементы «софт-рока», которые хорошо сочетаются с лирическими балладами и мелодичной музыкой. Утренние эфиры таких станций ведут самые популярные и высокооплачиваемые ди-джеи (personalities). Ди-джеи, работающие днем и вечером, разговаривают в эфире гораздо меньше. Новости и спорт на данных радиостанциях занимают второстепенное положение.

В формате AC начинали свое вещание «Европа Плюс» и «Радио-7. На Семи Холмах».

Формат CHR (или EHR) – Contemporary (European) Hit Radio (в 50–60-е годы он назывался «Top-40» («Радио современных хитов»). Первоначально формат «Top-40» (CHR) был ориентирован на подростков от 12 до 18 лет, но в 90-е аудитория этого формата значительно «повзрослела» (15–35 лет), так как начиная с 50–60-х годов появилось много разнообразных музыкальных стилей и направлений – от джаза до рэпа, от блюза до трип-хопа, – попадающих в первые десятки хит-парадов и интересующих людей разного

возраста. CHR – очень энергичный формат, не допускающий даже секундного молчания в эфире. Постоянно должна звучать самая «горячая» музыка – занимающая высокие позиции в национальных и мировых таблицах популярности. Для CHR характерно также минимальное количество новостей, так как обилие их в эфире может заставить молодого слушателя выключить приемник. Однако CHR-станции оставляют новостные блоки, делая их для привлечения рекламодателей более насыщенными, но короткими. В данном формате работают московские радиостанции «Максимум», «Европа Плюс», «Хит-FM».

Формат Easy Listening («Музыка, легкая для восприятия») первоначально назывался Beautiful Music. Основа данного формата – инструментальная музыка, иногда с мягким вокалом, популярные мелодии, исполняемые музыкальными коллективами с большим количеством струнных инструментов. Основная аудитория – люди от 40 до 50 лет. Реплики ведущих сведены к минимуму, хотя некоторые станции дают в эфир довольно большие новостные выпуски и информационные блоки в утренние часы. Однако такие радиостанции вытесняются станциями, передающими музыку.

New Age (музыка для снятия напряжения и медитации; кроме музыкальных инструментов в ней присутствуют звуки моря, леса, голоса птиц, крики чаек, дельфинов и т.д.). В США радиостанции формата New Age ориентируются на яппи – молодых бизнесменов и деловых людей с престижным университетским образованием, «сливки общества». Однако в России пока нет станций, вещающих исключительно в этом формате. Элементы Easy Listening присутствуют в программах «Радио-101».

Формат AOR–Album Oriented Rock/Adult Oriented Rock (рок-музыка из альбомов / рок для взрослой аудитории); часто это не широко известные хиты, а признанные специалистами шедевры в своем направлении. Композиции на таких станциях иногда звучат дольше стандартных 3,5 минуты, основную аудиторию составляют слушатели от 18 до 34 лет, в основном мужского пола, так как музыкальное «содержимое» программ нередко включает в себя рок-композиции в жестком стиле «хард-н-хэви». Такие станции не слишком интересны потенциальным рекламодателям, так как имеют достаточно узкую аудиторию. В AOR первоначально вещало радио «РОКС».

Этот формат может подразделяться также на подформаты:

Modern Rock/Alternative («Современный рок/альтернативная музыка») и Classic Rock («Классика рок-музыки»). В мире формат Modem Rock/Alternative, как правило, практикуется на студенческих локальных радиостанциях, ориентируется на молодежную аудиторию, в то время как Classic Rock – на более зрелых людей. Classic Rock-станции «играют» самые хитовые рок-композиции 70–80-х и начала 90-х годов. В Москве данный формат представлен радио «Классика».

Формат Nostalgia («Ностальгия») – музыка конца 40–50-х годов (эпоха биг-бэндов), рассчитанный на людей от 50 лет. Данные станции полностью или частично компьютеризированы. Во главу угла ставится музыка, а остальные программные элементы делаются абсолютно незаметными. Рекламные ролики включаются в музыкальный поток как бы случайно, не объединяясь в большие блоки. Однако на многих Nostalgia-станциях ключевую роль играют personalities – авторитетные ведущие, пользующиеся уважением аудитории.

Похожий формат – Oldies. Ориентируется на поп-стандарты 50-х – начала 60-х годов: Элвис Пресли, Everly Brothers и др. Нечто среднее (ближе к Oldies) представляет собой «Радио России – Ностальжи».

В странах, где английский язык не является государственным, существуют станции, которые передают только национальную поп- и рок-музыку. Такой формат называется National Music или National Hit. Такие станции, как правило, весьма популярны, так как мировая музыкальная индустрия ориентирована на англоязычную музыку, но песни на родном языке данной страны всегда более любимы слушателями. На московском радиорынке в формате National Music вещают «Русское радио» и «Наше радио».

Узкая, но стабильная аудитория у станций, работающих в формате Religious («Религиозное радио»). Несмотря на то, что этот формат может использовать некоторые программные элементы других форматов, коэффициент рекламной стоимости одной тысячи слушателей очень низок, а иногда и вообще отсутствует.

Вышеперечисленные форматы распространены на российском радиорынке, однако существует ряд других, которые вряд ли смогут прижиться в наших условиях, например Country – самый популярный на Юге и на Среднем Западе Соединенных Штатов, или кантри-музыка (американский фолк). Многие радио- и телестанции, передающие кантри, поддерживаются правительством, а кантри-музыканты – самые высокооплачиваемые. У нас подобная станция вряд ли будет рентабельной и сможет самоокупаться без спонсорских вливаний. Также у нас не могут получить популярность радиостанции формата Urban Contemporary, которые в основном ориентируются на национальные меньшинства: выходцев из Испании и Латинской Америки, индейцев, афроамериканцев и т.д., где заводные и громкие ди-джеи ставят в эфир разную этническую музыку: латинские ритмы, рэгги, ритм-н-блюз и т.д.

Однако в нашей стране вполне можно ожидать увеличения числа таких форматов, как All News («Только новости»), All Talk («Только беседы»), All Comedy («Только развлекательные программы»), а также News/Talk (уже представленные станциями «Свобода» и «Эхо Москвы»).

Последний формат характеризуется сочетанием звонков в студию, интервью в прямом эфире и большим количеством новостной информации. Это очень выгодный формат для средних волн. Несмотря на популярность и надежность, он все же зависит от таланта его создателей и отчасти от конъюнктуры рынка. В период относительного событийного «затишья» в жизни страны рейтинги подобного радио падают. Тем, кто делает сегодня новостные ток-радиостанции в России, повезло, потому что мы, похоже, несем на себе древнее восточное проклятие – «жить в интересное время».

Эти форматы имеют весьма разнообразную аудиторию (максимально разнообразна она у формата «All News») и пользуются особой популярностью у бизнесменов.

Возможно появление на средних волнах радиостанций формата MOR – Middle Of The Road («Середина пути»), который разрабатывался специально для СВ. Музыка такого формата определяется как «не слишком модная, но и не слишком старая, не слишком громкая, но и не слишком сладкая», а основной особенностью MOR-станций является абсолютная свобода ди-джеев в эфире: они оговаривают каждую композицию, очень много общаются со слушателями, основная аудитория – слушатели от 40 лет и старше. Самые популярные ди-джеи США «вышли» из MOR. Этот формат подразумевает также большие блоки, новостей, информацию о дорожных происшествиях, прогнозы погоды и последние спортивные события. По многим программным элементам можно отнести к MOR-формату средневолновую радиостанцию «Ракурс».

Исходя из вышесказанного, нельзя говорить о форматах наших радиостанций в чистом виде, как, например, о чистом AC или чистом CHR, – это всегда будет смешанный формат (CHR/AC или Roc/Talk и др.), что связано с особенностями российского радиорынка, требования которого сильно отличаются от особенностей радиорынка Европы, а уж тем более Америки.

СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ РАДИОВЕЩАНИЯ

Адресная передача – передача, имеющая четкую направленность, предназначенная для определенного круга зрителей или слушателей.

Необходимость в передачах такого типа диктуется неоднородностью аудитории. В теле- и радиожурналистике термин «А.п.» указывает на отличие передач специального характера от передач, рассчитанных на широкую (недифференцированную) аудиторию.

Направленность А.п. определяется географическими, демографическими, профессиональными и другими характеристиками аудитории, а также особенностями, связанными с интересами и увлечениями людей (например, передача для жителей Сибири и Дальнего Востока; для детей, молодежи, женщин; для воинов, для тружеников села; передачи для садоводов, фотолюбителей, любителей шахмат и т.п.).

«Актуальная передача» – радиорубрика, появившаяся в эфире в начале 30-х годов в связи с закрытием радиогазет. Некоторое время так же называлась редакция, готовившая информационные программы. «А.п.» включала в себя главным образом внестудийные трансляции, репортажи с места события, а также корреспонденции и беседы на различные политические, социально-экономические и культурные темы, которые шли в эфир не только из студии, но и из учреждений, научных и учебных заведений, библиотек, театров, с промышленных предприятий и т.д.

В августе 1932 г. функции «А.п.» были переданы «Последним известиям». Для обеспечения оперативных выпусков «Последних известий» внутри сектора общественно-политического вещания на базе редакции «А.п.» была образована редакция центральной информации. Отдельные выпуски рубрики «А.п.» выходили в эфир до 1934 г.

Аппаратная – часть аппаратно-студийного блока, помещение для техники, обеспечивающей процесс создания и выпуска в эфир радиопередачи.

Аппаратная монтажная – помещение с оборудованием для звукового монтажа радиопередач. Может входить как часть в аппаратно-студийный блок; в радиодомах располагается автономно.

Аппаратно-студийный комплекс (АСК) – группа аппаратно-студийных блоков или радиостудий с монтажными аппаратными, объединенных в единую технологическую систему с помощью коммутационного центра – центральной аппаратной. Например, Олимпийский телерадиоцентр (ОТРК) включает в себя телевизионный АСК, состоящий из 24 АСБ, и радио АСК, состоящий из 70 радиостудий и 30 монтажных аппаратных.

Аудитория потенциальная – вероятный круг радиослушателей, на которых рассчитаны вещательный канал или программа, рубрика, отдельные материалы. Включает в себя целевую аудиторию.

А.п. может определяться по территориальному (например, для районной радиостанции – все население района, которое способно принимать ее программы) и другим (социально-демографическим, социально-психологическим) основаниям.

Ведущий – журналист, который ведет радио- или телевизионную передачу. Представляет выступающих, произносит текст, который связывает компоненты передачи, комментирует, дополняет их, направляет ход беседы у микрофона, руководит дискуссией.

Чаще всего радиожурналы и серийные передачи имеют постоянного В. Им может быть как, штатный сотрудник редакции, редактор передачи, так и приглашенный для этого специалист или публицист, писатель.

Существует два основных типа В. радиопередач: В. – автор, журналист, сам пишущий текст, который он произносит во время выхода в эфир; В. – актер, который говорит слова, написанные другими авторами, как свои. Своеобразную роль В. играет в радиотеатре и «Театре у микрофона»: поясняет обстоятельства действия, сообщает о его времени, месте и т.п.

Вещание – процесс распространения информации средствами радио- или телевизионной техники. В. подразумевает одновременный прием информации, передаваемой из одного редакционно-технического центра, большим количеством людей, с помощью индивидуальных приемных устройств. Различают внутреннее В. (передачу программ для населения своей страны) и иновещание (передачу программ для населения других стран). По техническому признаку В. разделяется на эфирное и проводное (кабельное телевидение и радиотрансляционная сеть).

Внестудийная запись – звуко- или видеозапись, осуществляемая вне телецентра или радиостудии с помощью переносной или передвижной аппаратуры (тонваген, репортажный магнитофон, ТЖК, ПТС и т.п.). В.з. может производиться также через постоянно действующие трансляционные пункты, оборудованные в театрах, концертных залах, на стадионах, в лекционных аудиториях и других помещениях, где регулярно происходят общественно значимые события.

Всемирная служба радиовещания – деятельность в области радиовещания на языке, имевшем широкое распространение в нескольких странах, не направленная на конкретную страну.

Всесоюзное радио – 1. Система государственного радиовещания, успешно действовавшая в СССР начиная с середины 1920-х гг. и обеспечивавшая все жанрово-тематические и адресные направления радиопропаганды.

2. Синоним – Центральное радио. В 1920–80-е гг. обозначение главных вещательных подразделений Всесоюзного радиокомитета, позднее Гостелерадио СССР.

3. Обозначение вещательных программ, разных по тематике и адресам, выпускаемых указанными редакциями в соответствующей сетке Общесоюзного вещания. Сетка Всесоюзного радио включала также программы повторов, т.е. передачи, ориентированные для слушания в наиболее удобное время (со сдвигом по отношению к Москве на 2, 4, 6, 8 и др. час.), и специальные программы для советских граждан, временно оказавшихся за границей страны (полярники, рыбаки, моряки, служащие Советской Армии, размещенные на удаленных от родины территориях).

Городское (районное) радиовещание – форма местного вещания, обращенного к населению одного города, поселка городского типа или района. Г.(р.) р. осуществляется, как правило, с помощью трансляционной сети (проводное вещание). Программы Г.(р.) р. включают в себя информационные выпуски, тематические передачи по общеполитическим и социально-экономическим вопросам, построенные на местном материале, а также концерты по заявкам. Обязательная часть программы Г.(р.) р. – объявления рекламного характера. Редакции Г. (р.) р., за исключением Москвы, Ленинграда и столиц бывших

союзных республик, не находились в прямом подчинении Государственного комитета СССР по телевидению и радиовещанию – их работу направляли и обеспечивали местные Советы народных депутатов. В ряде городов редакции Г.(р.) р. существовали на правах местной газеты и входили в состав ее редакции.

Диктофон (от лат. dicta «говорю, диктую» и гр. phone «звук, голос») – портативный аппарат для звукозаписи, предназначенный главным образом для фиксации человеческой речи. Используется, как правило, при интервью, в отдельных случаях – для ведения репортажа, если во время события журналист может свободно перемещаться, чтобы сконцентрировать внимание аудитории на выступлении конкретного человека или конкретной звуковой детали. Основное отличие от магнитофона – наличие устройств, облегчающих расшифровку, перенос на бумагу записанной на магнитную ленту информации (дистанционное управление, возможность замедления скорости воспроизведения и т.д.). Наиболее эффективно сочетание оперативного Д. (на который журналист записывает информацию) и канцелярского, настольного (с которым работает фономашинистка при расшифровке сделанной журналистом записи). Диктофоны, объединенные коммутирующим устройством с телефонными аппаратами, представляют собой диктофонную станцию,

Джингл – короткая музыкальная фраза, которая анонсирует, предваряет радиопередачу или разделяет рубрики в тематической или адресной радиопрограмме.

Звуковая дорожка – бороздка движущегося звуконосителя (киноленты, магнитной пленки, диска, грампластинки), на которой зафиксированы звуковые колебания.

Звуковое решение радиопередачи – использование комплекса выразительных средств радио, в котором сохраняется ведущая роль слова, но музыка и шумы выполняют не дополнительную, иллюстративную, а сюжетную функцию и могут в структуре передачи заменять человеческую речь при обозначении времени и места действия, перемещении действия во времени и пространстве, выражении эмоционального характера описываемых событий и психологического состояния его участников или самого журналиста.

Звуковой образ – совокупность звуковых (речевых, музыкальных, шумовых) элементов, создающих посредством ассоциаций в обобщенном виде представление о материальном объекте, явлении, историческом событии, характере человека. Понятие о З.о. в науке о журналистике разработано в 70-е гг. как результат осмысления особенностей функционирования различных выразительных средств радиожурналистики. В структуре З.о. все элементы равно значимы, так как способны нести понятийную, сюжетообразующую и эстетическо-оформительскую нагрузку в отражении реальной действительности. Поиск оптимального их сочетания в каждом конкретном случае и составляет суть творчества радиожурналиста, стремящегося достичь наиболее доходчивой и выразительной формы для передачи своих мыслей и жизненных наблюдений. З.о. является частью идейно-эстетического решения телевизионной передачи или кинофильма. В этом случае он существует в структуре произведения или как часть общего изобразительно-выразительного комплекса художественных средств, или как автономный компонент для углубления той или иной авторской мысли, непосредственно не связанной с сюжетом, выраженным пластическими средствами.

Звукозапись – процесс, посредством которого сигналы звуковой информации, воздействуй на тело (магнитную пленку, пластинку и т.п.), изменяют его количественные и качественные характеристики с целью сохранения в нем звуковой информации и последующего ее воспроизведения.

Различают два вида З.: монофоническую, почти не содержащую информации о пространственном расположении источников звукового сигнала во время записи, и стереофоническую, содержащую информацию о пространственном расположении источников звукового сигнала во время записи.

Звукооператор – технический работник радиовещания или телевидения, который осуществляет передачу звуков, шумов, музыки в эфир или обеспечивает высокое качество звукозаписи на пленку для ее предстоящей передачи в эфир.

Звукорежиссер – творческий работник радиовещания или телевидения, который разрабатывает звуковой материал и руководит его подготовкой и передачей в эфир. 3. готовит запись текстов, шумов, музыки на пленку, отбирает фонотечный материал, следит за художественным и техническим качеством звука, своевременным его включением и выключением, микшированном, смешением звуков при записи фонограммы.

Иновещание – 1. Центральное радиовещание на зарубежные страны («Голос России») – группа редакций и организационно-распорядительных подразделений, занимающихся подготовкой и выпуском радиопередач, адресованных слушателям зарубежных стран.

2. В прессе и критике – обозначение системы вещательных программ, адресованных слушателям зарубежных стран.

Инсценировка (от лат. in «на» и scena «сцена») – переработка беллетристического произведения (романа, повести, рассказа) в драматургическое с целью показа его на театральной сцене, передачи по радио или телевидению. Как сложный творческий процесс она включает этапы: написание сценария, подбор исполнителей ролей, разработку мизансцен, проведение репетиций и т.п. На радио и телевидении И. называют также переработку научно-популярного произведения со сложной структурой в игровую передачу, которая принимает доступную для слушателей форму (особенно часто используется в программах для детей).

Интонация (от лат. intono «громко произношу») – совокупность ритмико-мелодических средств звучащей речи: мелодики (повышение или понижение высоты голоса), интенсивности (сила звучания), темпа (скорость произношения речевых элементов), пауз (перерывы в звучании) и тембра (звуковая окраска высказывания, которая в зависимости от целевой установки может быть «веселой», «мрачной», «светлой», «игривой» и т.д.). И. членит речевой поток на смысловые отрезки, противопоставляет предложения по цели высказывания (повествовательные, вопросительные и т.п.) и участвует в выражении эмоций, отношения говорящего к предмету речи.

Информационное вещание – система радиопередач, подготовку которых осуществляют различные редакционные подразделения с целью оперативного и объективного информирования населения о наиболее важных и интересных событиях в стране и за ее пределами. Значительную часть И.в. составляют программы прямого эфира – трансляции и репортажи с места события, синхронно отражающие его развитие. Важнейшее условие эффективности И.в. – оперативность, ибо в соответствии с законами социальной психологии и психологии восприятия общественное мнение по поводу того или иного социально значимого факта формируется, прежде всего на базе первого его толкования СМИ.

К числу наиболее распространенных жанров И.в. относятся репортаж, интервью, отчет, выступление, комментарий, радиомосты, радиоперекличка и др.

Канал (от лат. canalis «труба, желоб») – фиксированная стандартная полоса частот (длина волны), на которой работает передатчик радиостанции. На нее же настроены приемники. Ограниченность числа К. заставляет рассматривать их как природный ресурс, т.е. национальное достояние, использовать которое надлежит с максимальной эффективностью для общества, – отсюда система конкурсов и условий, на которых выдаются лицензии, разрешающие вещательной компании пользоваться определенным частотным К.

Кассета (от франц. cassette «ящичек») – устройство в виде закрытого пластмассового футляра, предназначенное для размещения в нем катушек или катушки, сердечников или сердечника, носителя магнитной записи и некоторых вспомогательных приспособлений. Используется как носитель видео- и звуковой информации. Преимущества К. по сравнению с другими устройствами для хранения и использования магнитной ленты (катушками, рулонами и т.д.) – защищенность ленты от случайных повреждений, компактность, простота эксплуатации и удобство хранения.

Комната «эхо» – специальное помещение, оснащенное соответствующим электроакустическим оборудованием, применяемым в радиовещании и для имитации природного эха. Принцип действия: прямой сигнал принимается громкоговорителем, установленным в изолированной комнате. Звук громкоговорителя принимается микрофоном и передается в виде электроимпульса на звуковой пульт. Вследствие соответствующего соединения обоих сигналов (прямого и сигнала от микрофона изолированной комнаты) достигается эффект реверберации.

Концерт-загадка – одна из разновидностей концерта, практикуемая радиовещанием и телевидением. При исполнении номеров в конферанс не включается сообщение традиционных сведений (название произведения, его автор, имя исполнителя или название исполнительского коллектива). Просмотрев или прослушав исполненный в программе номер, слушатель или зритель должен сообщить эти сведения (чаще всего по телефону или электронной почте, раньше – в письмах).

Литературный театр – вид радиоспектакля, в котором соединяются элементы сценического действия и авторского повествования, с помощью телевизионных или акустических средств раскрывается содержание художественного произведения. Центральное действующее лицо в Л.т. на радио или телевидении, как правило, один или несколько главных действующих лиц литературнного произведения, выступающих в роли повествователей.

Магнитофильм – фонограмма, полученная в результате записи на магнитной ленте.

Магнитофон (от гр. Magnetis litos букв, «камень из Магнесии» (древний город в Малой Азии) и гр. phone «звук») – аппарат магнитной записи, или аппарат воспроизведения магнитной записи, или аппарат магнитной записи и воспроизведения, предназначенный для звукозаписи и (или) воспроизведения звукозаписи.

Местное радиовещание – звено системы радиовещания страны, существующее в соответствии с административно-территориальным делением России. К М.р. относятся краевые, областные и окружные комитеты, а также городские (районные) редакции радиовещания.

Микрофон (от гр. micros «малый» и phone «звук») – прибор, преобразующий звуковые колебания в электрические. Используется как непременная часть аппаратуры радио. Различные по принципу действия М. по своим производственно-эксплуатационным характеристикам делятся на:

а) ненаправленные – воспринимающие звук со всех сторон одинаково;

б) двусторонние направленные – воспринимающие звуки, раздающиеся с противоположных сторон;

в) однонаправленные – воспринимающие звук, обращенный непосредственно в М.

Микрофонная папка – папка, содержащая технические и творческие данные передачи, подготовленной к эфиру: микрофонный материал, сведения об участниках, хронометраже, режиссерский сценарий и т.д.

Микрофонный материал – текст, предназначенный для чтения у микрофона и передачи в эфир.

Микшер (от англ, mixer «смеситель») – прибор для микширования.

Микширование – регулирование уровня громкости, смещения звука при звукозаписи или трансляции речи и музыки по радио. Используется для выделения звучания одного инструмента (исполнителя), для постепенного введения или выведения звука.

Модератор (лат. moderator «умеряющий») – ведущий на радиостанции, журналист, который сообщает несколько отдельных информационных материалов в передаче, соединяет или отделяет их друг от друга, дополняет кратким комментарием; редактор, ведущий передачу как диктор со вступительным, переходным или заключительным словом в программе, разделе программы.

«Молодежный канал» – ежедневная прямая информационно-музыкальная программа радиостанции «Юность», выходила в эфир с 26 января 1987 г., содержала актуальную информацию (обзоры печати, сообщения на международные темы, спортивные известия и др.), звуковые включения (интервью, репортажи, выступления) и разнообразные музыкальные композиции.

Невербальная информация (от лат. verbalis «словесный») – информация, которая содержится не столько в слове, произносимом журналистом или участником передачи у микрофона, сколько в интонации, с которой эти слова произносятся. Может придавать тексту иронический, а иногда и противоположный смысл. К понятию Н.и. часто относят звукопись событий или отдельных фактов реальной жизни, собранных вместе по принципу арт-акустики, т.е. таким способом, когда каждый звуковой фрагмент сохраняет семантическое значение, т.е. имеет содержательное наполнение.

«Орбита» – 1. Система спутниковых и наземных линий связи, передававших и принимавших программы Всесоюзного радио и Центрального телевидения в различных вещательных зонах страны с учетом разницы поясного времени.

2. Название программ Центрального телевидения и Всесоюзного радио, дублировавших центральные программы для жителей Сибири и Дальнего Востока.

Отбивка (джингл) – короткая музыкальная фраза между частями передачи.

Партитура передачи (от ит. partitura букв, «разделение, распределение»). Развернутая форма режиссерского сценария, наиболее полно отражающая последовательность эпизодов радиопередачи. Работа над П. п. завершается в процессе трактовых (генеральных) репетиций. По П. п. теле-, радиорежиссер или ассистент режиссера выдают в эфир передачу или ведут ее запись, находясь в аппаратной за режиссерским пультом.

Передатчик – используемый в связи, радиовещании радиоэлектронный аппарат для передачи в эфир электромагнитных сигналов, адекватных передаваемым звуковым сигналам, музыкальным мелодиям. П. осуществляет два физических процесса: создает электрические волны высокой частоты (вследствие трансформации энергии источника питания) и направляет эти волны для передачи сигналов.

Постановочное чтение – жанр художественного вещания, представляющий собой исполнение у микрофона одним или несколькими актерами литературного произведения (целиком или фрагменты) с использованием различных выразительных средств радиовещания. П.ч., сочетая в себе характерные особенности театра и эстрады, позволяет интерпретировать прозу, максимально сохраняя авторские отступления и размышления, и в то же время дает возможность актерам глубоко исследовать характеры персонажей, перевоплощаться в полном соответствии с требованиями психологической драмы.

П.ч. – своеобразная форма радиоспектакля, оснащаемого по замыслу режиссера музыкой и шумами. Эстетика жанра обусловлена скрещением закономерностей театральной сценической выразительности и психологии восприятия радиопередачи, т.е. восприятия литературного произведения на слух. П.ч. получило широкое распространение в программах литературно-драматического вещания и вещания для детей и юношества еще в конце 20-х – начале 30-х годов. С середины 70-х годов П.ч., как правило, представляет собой сериалы из 6–8, а иногда и более передач. Создатели многосерийных П.ч. по произведениям русской и советской классики не стремятся пересказывать все сюжетные линии, а сосредоточивают внимание аудитории на главной мысли книги, судьбе одного из главных героев и т.п.

Проводное вещание (радиотрансляционная сеть) – процесс передачи радиопрограмм с помощью разветвленной системы проводов, по которым посылаются электрические импульсы от передающей станции к репродукторам. Недостатком П.в. является ограниченность программного обеспечения (не более 3 каналов). В числе преимуществ П.в. – дешевизна установки, простота пользования громкоговорителем, слабое влияние радиопомех.

Программа (гр. programma «объявление, предписание») –

1. Синоним термина «радиопередача».

2. Список передач, характеризующих дневную, вечернюю, суточную или недельную сетку радиовещания. Иногда используется в качестве синонима термина «сетка вещания» на данное конкретное число.

3. Программа передач, обозначение содержания вещания, публикуе-мое обычно в местной или центральной печати.

Прямой эфир – 1. Вид радио- или телевизионного вещания, отличительная черта которого – одновременность действия-события, трансляции его в эфир и приема зрителями или слушателями, т.е. непосредственный выход в эфир прямо с места события и в течение его.

2. Синоним понятия «трансляция события». П.э. может быть студийным (вестись из радиостудии) и внестудийным. Специфическое качество П.э. дает возможность зрителю почувствовать себя очевидцем события, создает эффект присутствия.

Радиогазета – форма радиожурналистики, получившая широкое распространение в начальный период РВ и представляющая собой комплексную программу информационных, пропагандистских и художественно-публицистических материалов, каждый из которых имеет оперативный повод для передачи материала в эфир. Р. была по сути своей прообразом современной вещательной программы дня: она объединяла информационные выпуски, политические доклады, актуальные репортажи, беседы на научные темы, экономические обозрения, интервью с руководителями разных рангов, концерты по заявкам, сатирические стихотворные фельетоны, литературно-музыкальные композиции и т.д.

Первая Р. в СССР вышла 23 ноября 1924 г. Социальная, профессиональная, демографическая и возрастная дифференциация аудитории обусловила появление большого количества разнообразных Р., каждая из которых ориентировалась на определенную группу слушателей: рабочих, колхозников, красноармейцев, неимущих единоличников, членов ВЛКСМ и т.д. В начале 30-х годов выпуск Р. был прекращен, их функции возложены на различные редакции Всесоюзного радио. Р. создала основу для появления многих журнальных форм радиожурналистики, таких как обозрение, радиоканал, ток-шоу и др. Время от времени осуществлялись попытки возобновления Р. в вещательных программах Всесоюзного и местного радио, причем за новыми передачами часто сохранялись старые названия: «Рабочая Р.», «Пионерская Р.» и т.п.

По форме Р. часто напоминали своеобразные шоу с публикой. Отдельные их выпуски передавались не из радиостудий, а из различных залов – чаще других для передач всесоюзных Р. использовался Большой зал Политехнического музея. По ходу передачи слушатели, собравшиеся в зале, могли вступать в дискуссию с радиожурналистами и различными государственными, партийными, хозяйственными и военными работниками, которые были приглашены для участия в радиогазете.

Радиодень – одна из форм построения программы вещательного дня: включаемые в такую форму передачи тематически, композиционно объединены на основе какого-либо общего принципа, главной идеи, основной темы. Так, например, Всесоюзное радио организовывало Р., посвященные той или иной союзной республике, в которых рассказывалось о ее достижениях в общественно-политической жизни, народном хозяйстве, культуре. Республиканское радио проводило Р., посвященные жизни отдельных областей или районов.

Радиодом – производственное предприятие, обеспечивающее техническую и технологическую подготовку программ РВ и их выпуска в эфир. Р. может иметь собственную радиостанцию, но чаще связан кабельными линиями с одной или несколькими радиостанциями, размещающимися автономно. Р. объединяет радиостудии для музыкальных и речевых звукозаписей и программ прямого эфира, аппаратные, монтажные, технологические комплексы для производства, реставрации, реконструкции и хранения звукозаписей, обмена программами с другими Р., проведения прямых внестудийных

передач и организации внестудийных звукозаписей, фонотеку со справочным отделом, а также вспомогательные службы – транспортную, складскую, ремонтную и т.д.

Радиожурналистика – 1. Вид журналистской деятельности, основанный на использовании технических средств радиовещания.

2. Совокупность радиопередач, относящихся к сфере журналистики (в отличие от передач, относящихся к сфере радиоискусства), результат деятельности радиожурналистов. Р. обладает рядом специфических свойств, отличающих ее от других видов журналистики. К ним, в частности, относятся: чрезвычайно высокий уровень оперативности, особый характер эмоционального воздействия на аудиторию и вследствие этого – структурное своеобразие композиционных решений исходного журналистского (жизненного и литературного) материала, специальные приемы организации внимания аудитории и др.

Радиоканал – 1. Полоса частот, на которой ведется передача; техническая система устройств, соединяющих передатчики с приемниками; источник программы (микрофон), усилительные и регулирующие устройства, потребитель (динамик, громкоговоритель). Имеющиеся у радиостанции каналы определяют количество программ, которые могут передаваться одновременно.

2. Радиопередача журнального типа, в которой разнообразные по материалу сюжеты объединяются тематикой одного из направлений радиовещания или адресом аудитории (например, «Молодежный канал», ЛИК — литературно-информационный канал и т.п.). Имеет постоянных одного или нескольких ведущих. Обычно занимает в эфире продолжительное время от 2 до 5–6 часов. В отличие от радиожурнала Р. содержит материалы, имеющие, как правило, оперативный информационный повод.

Радиокомпозиция – 1. Художественно-публицистический жанр радиожурналистики – передача, в которой различные документальные, литературные и музыкальные материалы объединяются по тематическому признаку и соединяются публицистическим текстом ведущего. Наиболее распространены две разновидности Р.: литературно-музыкальная, включающая полностью или фрагментами стихи, песни, прозаические и драматургические произведения, отрывки из музыкальных сочинений крупных форм и т.п., и документально-художественная, в которой литературные материалы, прочитанные или разыгранные актерами, сочетаются с подлинными текстовыми и звуковыми документами. Этот вид Р. близок к документальной радиодраме и радиофильму.

2. Вид радиоадаптации театрального спектакля (см. также «Театр у микрофона») или прозаического произведения крупной формы (см. также Постановочное чтение).

Радиолетопись – хронологически последовательное, продолжающееся в течение длительного времени отображение по радио какого-либо процесса, истории какого-либо явления, события. Р. может объединять множество радиопередач разных жанров, которые в хронологической последовательности отображают какой-либо важный социально-исторический, социально-экономический или культурный процесс, историю какого-либо события, явления. Например, радиолетопись автомобилестроения в СССР или радиолетопись завоевания полярных высот планеты.

2. Рубрика Всесоюзного радио (60–70-е гг.), включавшая передачи по политической истории СССР.

Радиомитинг (радиособрание) – жанр радиожурналистики, распространенный в общественно-политическом вещании, особенно на рубеже 20–30-х гг., – передача, включающая выступления представителей самых разных слоев населения по поводу важных политических событий или разнообразных актуальных социальных или экономических проблем. При обсуждении конкретных вопросов производственного и организационно-политического характера к участию в Р. приглашаются главным образом специалисты, принимающие практическое участие в решении обсуждаемых проблем. Р. позволяет концентрировать внимание населения на наиболее сложных и значительных аспектах жизни страны и мира, формировать и выражать позицию общественности, обеспечивать гласность, а также координацию усилий различных организаций, необходимых для решения задач, касающихся одной какой-то области политической, экономической или культурной жизни или развития всей страны. С середины 30-х гг. жанр Р. трансформировался в радиопереклички, радиорейды, производственные радиособрания и т.п.

«Радиомузыка» – название группы музыкантов-исполнителей, теоретиков-музыковедов и специалистов по радиотехнике, объединившихся для разработки идеологических, технологических и эстетических принципов организации музыкальных радиопередач и практического их внедрения в программы массового вещания. «Р.» была образована в апреле 1924 г. при Наркомпочтеле СССР и поставила своей первоначальной задачей «создание концерта по радио путем проведения лабораторно-музыкальных занятий». В середине 20-х гг. она определяла содержание разнообразных музыкальных передач, фактически выполняя функции Главной редакции музыкального вещания. Деятельность группы продолжалась несколько лет, но к началу 30-х гг. влияние «Р.» на организацию передач постепенно стало утрачиваться, и в 1930 г. ее обязанности были разделены между техническими и вещательными службами Радиоуправления Наркомпочтеля СССР.

Радиоорганизатор – редакционный работник, отвечающий за организацию и проведение передач районного радиовещания; обычно входит в штат редакции районной газеты.

Радиопередатчик – техническое устройство, используемое для передачи в эфир электромагнитных сигналов, которые после преобразования их в радио- или телевизионном приемнике трансформируются в звуковую информацию и изображение.

Радиоперекличка – жанр радиожурналистики – передача, предполагающая одновременную связь в эфире двух и более радиожурналистов, находящихся в различных местах, в том числе и в различных экономико-географических районах. Используется в практике подготовки информационных программ, когда необходимо оперативно передать в эфир материалы, объединенные тематически или по адресному признаку.

Р. как одна из форм организаторской работы советского радиовещания широко использовалась в годы первых пятилеток, а также во время Великой Отечественной войны.

Радиоперехват – запись и расшифровка радиопередач зарубежных и других радиостанций, необходимые радиоцентру, организующему Р., для аналитической деятельности и в качестве источника информации. В пропагандистской деятельности эти материалы используются наряду с сообщениями телеграфных агентств, собственных и специальных корреспондентов, газетных материалов и др.

Радиоприемник – техническое устройство, предназначенное для приема программ радиовещания, передаваемых в эфир, и их акустического воспроизведения.

Радиопьеса (радиодрама) – литературное произведение, написанное или адаптированное специально для постановки в радиостудии и ориентированное на слуховое восприятие. По видам Р. подразделяются на оригинальные радиопьесы, радиоинсценировки и документальные радиодрамы. По жанровым характеристикам Р. включает в себя все богатство традиционной драматической литературы, созданной для сценического воплощения (см. также Радиотеатр).

Радиостанция – инженерное сооружение с оборудованием для передачи и приема информации с помощью радиоволн. Для радиовещания используются стационарные и передвижные Р., которые, как правило, осуществляют передачу с места события не в эфир, а на антенны стационарной Р. для последующего его распространения.

Радиостудия – специально оборудованное помещение, имеющее строго заданные акустические параметры, оснащенное звукозаписывающей и передающей аппаратурой и предназначенное для звукозаписи на магнитную ленту и воспроизведения радиопередач в эфир, а также для ведения прямых эфирных передач. Существуют малые, так называемые «речевые», Р., предназначенные для записи и передачи в эфир чтецких программ, концертные студии, студии для записи и трансляции музыкальных, литературно-драматических радиопередач.

Радиотеатр – одно из ведущих направлений художественного радиовещания, включает разнообразные по жанрам и тематике радиопьесы и инсценировки. Спектакли Р. рассчитаны на воображение человека, а не только на его логическое мышление. Осмысление описываемых в Р. жизненных явлений и поступков людей обусловлено готовностью и склонностью слушателей перевести словесно-звуковой ряд в «зримые картины», рожденные их фантазией. Своеобразные опорные точки, по которым движется в этом случае воображение человека, – знакомые ему жизненные реалии. Поэтому для Р. особенно важны конкретность и точность в отборе исходного материала, точность интонации, объемность и четкость звукошумовых решений. Все вместе это делает убедительным идею спектакля и особенности его художественной аргументации. Р. оперирует звуковыми образами. Они способны – в зависимости от индивидуального восприятия – воссоздавать зрительную конкретность явления или оставаться на уровне полусознательных ощущений, но всегда стимулируют эмоции слушателя. Первые передачи советского Р. относятся к 1925–1926 гг.

Радиотеатр с публикой – специально оборудованная радиостудия, куда во время передачи в эфир разного рода общественно-политических, художественно-просветительских, концертных программ и радиопьес приглашались зрители. Такого рода Р. с п. существовали в конце 20-х гг. в Москве, Ленинграде, Харькове и других городах.

Радиофикация (радиостроительство) – система планомерного развития радиотехнических средств и сети проводного вещания, обеспечивающая развитие радиовещания, расширение зон его уверенного приема и усиление воздействия на население, включавшая создание сети мощных радиостанций, производство радиоприемных устройств разного рода для коллективного и индивидуального слушания, а также создание сети узлов и точек проводного вещания. Программа Р. создавалась в начале 20-х гг. под личным контролем В. И. Ленина и на рубеже 20–30-х гг. находилась под постоянным контролем высших партийных и государственных инстанций. Особенное внимание уделялось обеспечению технических возможностей Центрального (Всесоюзного) радиовещания в районах, удаленных от столицы страны. Крупные радиостанции и

трансляционные узлы, а также специальные радиодома были построены в столицах бывших союзных республик и крупнейших городах Средней Азии, Урала, Сибири и Дальнего Востока.

Радиофильм – 1. В начале 30-х годов – радиопередача, записанная на магнитную пленку, в отличие от передачи, идущей непосредственно в эфир.

2. Жанр радиожурналистики, распространенный в общественно-политическом радиовещании, – передача, построенная на сочетании документальных записей, подобранных по определенному тематическому принципу (например, цикл Р. «Подвиг народа», посвященный 30-летию победы в Великой Отечественной войне). Р. – разновидность радиокомпозиции; от последней его отличает более строгое подчинение содержания фрагментов сюжету передачи.

Ракорд (франц. raccord «скрепление, присоединение») – в звукозаписи – отрезок основы магнитной ленты, покрытый цветным лаком и не имеющий магнитного слоя для фиксации звука, используемый для разделения отдельных частей фонограммы.

Ревербератор – устройство для создания искусственной реверберации электрическими или электроакустическими методами; применяется для создания специальных акустических эффектов (например, объемности звучания и т.п.) в радио- и телевизионных передачах при осуществлении музыкальных записей.

Реверберация (от лат. reverberare «отразить») – процесс постепенного затухания звука в помещении после прекращения действия источника звука, обусловленный повторными отражениями звуковых волн от различных поверхностей (естественная Р.); искусственная Р. создается с помощью ревербератора.

«Репортер» – портативный (переносной) магнитофон, используемый радиожурналистом в процессе оперативной работы на событии. От диктофона отличается, как правило, возможностями более широких звуковых характеристик. Если диктофон ориентирован главным образом на запись человеческой речи, то «Репортер» позволяет зафиксировать в максимальном объеме полную звуковую атмосферу события.

Репродуктор (от лат. re «приставка, означающая возобновление действия» и producere «производить») – 1. Техническое устройство, предназначенное для приема и акустического воспроизведения программ РВ, передаваемых по сети проводного вещания (радиотрансляционная сеть). 2. Применяемый в радиоприемниках, магнитофонах, радиолах силовой преобразователь электроволн звуковой частоты в голосовой чистый звук.

Саундтрек (от англ. soundtrack «звуковая дорожка») – 1. Обозначение музыки или шумового оформления, сопровождающего изображение в кино- и видеопродукции. Используется как самостоятельная единица при программировании радиовещания (напр., песня из кинофильма). Термин появился как элемент профессионального арго, но постепенно утвердился в языке.

2. Звуковая дорожка, занимающая отдельный номер на аудиодиске или грампластинке.

Сердечник – устройство, предназначенное для намотки магнитной ленты, не имеющее боковых ограничителей.

Сериал (от лат. series «ряд») – форма радио- и телевизионной передачи, состоящей из большого количества отдельных частей (серий), каждая из которых, как правило, имеет самостоятельный, завершенный сюжет. Программы С. объединяются обычно общими сюжетными коллизиями, одними и теми же героями и обычно единством места, где происходят основные события.

Стереофония (от гр. stereos «пространственный» и phone «звук») – особенность воспроизводимых звуков, которая вызывает у слушателя иллюзию пространственного расположения их источников. С. при записи обеспечивается несколькими микрофонами, размещенными в разных точках, а при воспроизведении достигается с помощью нескольких установленных в разных местах динамиков. Принцип многоканальной стереофонии используется в радиовещании.

«Театр у микрофона» – один из наиболее распространенных видов художественного радиовещания – передача по радио театрального спектакля, постановка которого осуществлена на сцене драматического или музыкального театра. Включает в себя: а) трансляции театральных спектаклей со сцены театра (прямая передача или звукозапись, при которой сохраняется реакция зрительного зала); б) монтаж спектакля – передача отдельных фрагментов, в сумме сохраняющих основные сюжетные линии театрального представления; в) монтаж по трансляции – форма радиоадаптации театрального спектакля, получившая распространение с широким внедрением звукозаписи. Она представляет собой звукозапись сценического действия, переработанную для восприятия на слух. При этом возникает ряд трудностей из-за необходимости описать и объяснить слушателю мизансцены, особенности сценографического и пластического режиссерско-постановочного решения. Протокольный конферанс – чтение авторских ремарок диктором, как правило, разрушает гармонию художественной структуры спектакля. В «Т. у м.» разработаны различные способы комментирования. Наиболее часто в композицию передачи вводят ведущего. В этом качестве может выступать персонаж спектакля, автор пьесы или режиссер, зритель из числа профессиональных критиков и т.д. Программы «Т. у м.» включают также просветительские передачи о различных театральных коллективах, о творчестве драматургов, режиссеров, актеров и т.д.

Техника речи (от гр. techne «искусство, мастерство») – учебная дисциплина, играющая значительную роль в процессе профессиональной подготовки теле- и радиожурналистов, дикторов, а также всех тех, кто по роду деятельности связан с устной речью, – актеров, чтецов, ораторов, педагогов.

Т.р. включает в себя такие разделы, как анатомия, физиология и гигиена речевого аппарата; постановка дыхания, голоса, дикция; логико-интонационные основы речи.

Назначение Т.р. – воспитание умений, позволяющих выступающему осознанно использовать все элементы речевого звучания и преднамеренно вызывать нужную умственную, эмоциональную и волевую реакцию аудитории. Таким образом, владение Т.р. помогает находить оптимальную форму звукового выражения мысли в конкретных условиях общения и для конкретных целей.

Трансляция (от лат. translatio «перенесение») – 1. Передача радиовещательных или телевизионных программ на расстояние с помощью радио- или кабельной системы.

2. Передача спектакля, концерта, спортивного соревнования, митинга, демонстрации или любого другого события с места, где оно происходит.

Фонограмма (от гр. phone «звук» и gramma «запись») – запись речи, музыки и т.д., нанесенная на пластинку, магнитофонную ленту, пленку или другой носитель.

Фонотека (от греч. phone «звук» и theke «хранилище, ящик») – собрание фонограмм, звукозаписей.

Эфир (от гр. aither) – 1. Обобщенное название среды, в которой распространяются радиоволны.

2. (проф.) В радио- и телевизионной журналистике обозначение цели редакционной работы («подготовлять к Э.», «сдано на Э.» и т.д.).

Эфирное вещание – распространение радио- и телевизионных передач через эфир с помощью радиостанций и приемных устройств коллективного или индивидуального пользования. В СССР начало развиваться с 1922 г.

Эффект присутствия – создание при помощи выразительных средств радио зримой картины у слушателя, позволяющей ему как бы находиться на месте события. Э.п. является непременным качеством радиорепортажа.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

Барабаш Н.С., Дебабова А.Л. и др. Отечественное радиовещание на современном этапе: Сб. ст. М., 1998.

Беляев С., Коробицын В. Радиостанции России. Государственное и независимое вещание. М., 1995.

Бернштейн С.И. Язык радио. М., 1977.

В диапазоне современности. М., 1985.

Горяева Т.М. Радио России. М., 2000.

Гуревич П.С., Ружников В.Н. Советское радиовещание. Страницы истории. М., 1976.

Зарва М.В. Слово в эфире. 2-е изд. М., 1977.

История советской радиожурналистики: Документы. Тексты. Воспоминания/ Сост. Т.М. Горяева. М., 1991.

Любосветов Д.И. По законам эфира: О специфике творчества радиожурналиста. М, 1979.

Методологические проблемы изучения телевидения и радиовещания. М., 1981.

Радиоискусство. Теория и практика. М., 1981. Вып. 1.; М., 1983. Вып. 2.

Российская государственная радиовещательная компания Голос России. Мы говорим со всем миром. М., [1999].

Смирнов В. В. Практическая журналистика. Информационные жанры радиовещания. Ростов-на-Дону, 1997.

Смирнов В.В. Радиоочерк. Ростов-на-Дону, 1984.

Система средств массовой информации России/ Под ред. Я.Н. Засурского. М., 1997.

Толстова Н.А. Внимание, включаю микрофон. М., 1972.

Шерелъ А.А. Там, на невидимых подмостках...

Радиоискусство. Проблемы истории и теории. 1922–1941. М., 1993.

Ярошенко В.Н. Информационные жанры радиожурналистики. М., 1976.

Дополнительная

Барноу Б. Как писать для радио. М., 1960.

Беркли-Ален Мадэлин. Забытое искусство слушать/ Пер. с англ. СПб., 1997.

Вакуров В.Н. О языке радио- и телепередач. М., 1960.

Власть и художественная интеллигенция: документы ЦК РКП(б)–ВКП(б), ВЧК–ОПТУ–НКВД о культурной политике. 1917–1953/ Под. ред. А.Н. Яковлева. М., 1999.

Гальперин ЮМ. Живое слово. М., 1959.

Гальперин Ю.М. Человек с микрофоном. М., 1971.

Гальперин Ю.М. Литературные вечера. М., 1974.

Глейзер М.С. Радио и телевидение в СССР. Даты и факты. (1917–1986). М., 1989.

Диктор у микрофона/ Сост. Б.И. Сударов. М., 1983.

Зарва М.В. Произношение в радио- и телевизионной речи. М., 1976.

Звучащий мир. Книга о звуковой документалистике. М., 1979.

Искусство звучащего слова. М., 1968. Вып. 4.

История советской политической цензуры: Документы и комментарии/ Сост. Т.М. Горяева. М., 1997.

Камионко В.Ф. Роботы и самураи. Радио и телевидение в современной Японии. М., 1983.

Кашлев Ю.Б. Информационный взрыв – международный аспект. М., 1988.

Константиновский М. КОАПП!: Сб. радиосценариев. М., 1970–1979. Вып. 1–8.

Крепс В., Минц К. На волне знаменитых капитанов. М., 1974.

Левитан Ю.Б. 50 лет у микрофона. М., 1987.

Летунов Ю.А. Время, люди, микрофон. М., 1974.

Ляшенко Б.П. Радио без тайн. М., 1985.

Маграчев Л.Е. Встречи у микрофона. М., 1959.

Маграчев Л.Е. Сюжеты, сочиненные жизнью. М., 1972.

Марченко Т.А. Радиотеатр. М., 1970.

Музыря А.А. В эфире радиостанция «Юность». М., 1979.

Палладин П.А., Зегер М.Г., Вьюник А.А. Ленинградское радио: от блокады До «оттепели». М., 1991.

Панфилов А.Ф. Радиовойна. История и современность. М., 1983.

Радио в дни войны. 2-е изд., перераб. и доп. М., 1982.

Рассадин Ст., Сарнов Б. В стране литературных героев. М., 1979.

Ревенко А.Г. Заповедное слово. М., 1975.

Ревенко А.Г. У микрофона наш корреспондент. М., 1964.

Рубашкин А.И. Голос Ленинграда: Ленинградское радио в дни блокады. Л.; М., 1975.

Ружников В.Н. Так начиналось: историко-теоретический очерк советского радиовещания. 1917–1928. М., 1987.

Телевизионная журналистика: Учебник. М., 1994.

Толстова Н.А. Беседы о дикторском мастерстве. М., 1963.

Филд С. Как писать для радио и телевидения. М., 1963.

Фролов М. Репортер у микрофона. Л., 1966.

Шергова Г.М. Эхо слова. М., 1986.

Шерель А.А. Рампа у микрофона. М., 1985.

Шилов Л.А. Голоса, зазвучавшие вновь. Записки звукоархивиста. М., 1977.