

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

ДЫРАНОВА Анна Сергеевна

**Интервьюер на современном радио: профессиональные качества и методы
работы (на примере радиостанции "Эхо Москвы")**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Журналистика»
(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –
канд. филол. наук
доцент Ю. В. Ключев
Кафедра телерадиожурналистики
Очно-заочная форма обучения

Вх. № _____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург
2017

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Интервью как вид журналистской деятельности	7
1.1. Вопрос о дефиниции термина, сущностных признаках и классификации интервью	7
1.2. Методика интервьюирования: анализ основных этапов.....	21
Глава 2. Особенности профессиональной деятельности интервьюера на радиостанции «Эхо Москвы»	39
2.1. Типологические характеристики и специфика контента радиостанции «Эхо Москвы»	39
2.2. Интервьюер как ведущий радиопередачи: подготовка к эфиру и принципы ведения интервью	53
Заключение	72
Список литературы	76

Введение

Самый эффективный метод получения информации, самый распространенный жанр в журналистике, всепроникающий, неумирающий – именно с этих слов теории и практикующие журналисты обычно начинают разговор об интервью, именно так исследователи его характеризуют. Действительно, сегодня без интервью невозможно представить эфиры радиостанций и телеканалов, страницы печатных и интернет-изданий. За свою профессиональную жизнь журналист может не написать ни одной аналитической статьи, не снять ни одного сюжета, однако сложно найти сотрудника СМИ, который бы ни разу не брал интервью.

Однако именно интервью, широко представленные во всевозможных медиа, наглядно демонстрируют одну острую и, к сожалению, весьма характерную для современных СМИ проблему - проблему депрофессионализации журналистского сообщества. Молодые журналисты убеждены, что интервьюирование – самый легкий вид профессиональной деятельности, который не требует никаких специальных знаний. Ведь со стороны эта работа выглядит как непринужденное общение, а разве найдется человек, который в повседневной жизни ни разу бы не задавал вопросы? Логичным следствием данного заблуждения становятся примеры низкокачественных бессодержательных работ.

Однако отсутствие должной теоретической подготовки, незнание методики интервьюирования особенно критично, когда ставится вопрос о профпригодности радиожурналиста. Процесс записи интервью на радио является одновременно и результатом работы, а, следовательно, у автора просто нет права на ошибку. Если сотрудника печатных и интернет-изданий может «спасти» литературная обработка, то мастерство радиоинтервьюера всегда налицо. К тому же, радиоинтервьюер не может компенсировать явные недостатки своей работы красивой «картинкой», его профессиональные данные будут оценивать исключительно по записи звучащего разговора.

Актуальность исследования обусловлена неизменной востребованностью интервью как вида журналистской деятельности в условиях непрерывно трансформирующейся действительности, предъявляющей все новые и новые требования к сотрудникам СМИ, и в частности, радиостанций. В этой связи необходимо непрерывно повышать профессиональный уровень радиointервьюеров, и с этой целью синтезировать и обновлять уже имеющиеся методики и привлекать новый эмпирический материал.

В данной работе будут выявлены особенности радиointервью как вида журналистской деятельности, представлены его основные формы и типы, рассмотрены основные этапы создания высококачественного эфирного продукта и показаны способы грамотного решения стоящих перед журналистом задач. Именно на должной теоретической подготовке и владении методикой интервьюирования базируется профессионализм радиожурналиста. Повседневная практика работы в качестве интервьюера на современной радиостанции будет исследована на примере сотрудников московской и петербургской редакций радио «Эхо Москвы». Именно интервью в эфире интересующего нас канала отведено центральное место.

Объектом исследования является амплуа «интервьюер» как особая журналистская специализация на современной радиостанции.

Предметом исследования является методика работы над журналистским произведением и профессиональные качества специалиста.

Цель исследования – выявление профессиональных навыков и качеств, необходимых сотруднику современной радиостанции, специализирующемуся на проведении интервью. Для достижения цели исследования поставлены следующие **задачи**:

1. Выявить сущностные признаки радиointервью как вида журналистской деятельности, выделить его основные формы и типы.

2. Рассмотреть основные этапы создания журналистского произведения и показать способы решения стоящих перед интервьюером задач.

3. Определить типологическое и форматное своеобразие радиостанции «Эхо Москвы», структурно-тематические особенности ее контента.

4. Проанализировать опыт работы в качестве интервьюера сотрудников столичных редакций радиостанции «Эхо Москвы».

Теоретической базой исследования стали работы теоретиков, российских и зарубежных журналистов-практиков, посвященные изучению интервью как жанра и метода радиожурналистики, технологии интервьюирования и особенностям профессиональной деятельности журналиста – сотрудника радиостанции. В основу первой (теоретической) главы данного исследования положены труды, в частности Т. В. Лебедевой¹, С. Н. Ильченко², М. М. Лукиной³, С. А. Белановского⁴, П. Хюллена и Т. Карга⁵, а также работы других авторов (полный перечень использованной литературы приведен в разделе «Список литературы»).

Эмпирической базой исследования стали мастер-классы сотрудников московской и петербургской редакций радиостанции «Эхо Москвы» Ольги Журавлевой, Андрея Познякова, Арсения Веснина, Валерия Нечая, Татьяны Шеремет, а также аудиозаписи проведенных ими интервью в рамках программ «Особое мнение», «Персонально ваш», «Магистрат», «Интервью», «Синдром альтруиста».

¹ Лебедева Т. В. Жанры радиожурналистики : учебное пособие / Т. В. Лебедева. - М. : Аспект Пресс, 2012. – 224 с.

² Ильченко, С. Н. Интервью в журналистике: как это делается : учебное пособие / С. Н. Ильченко. - СПб. : С.-Петерб. гос. ун-т, Ин-т Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2016. - 236 с.

³ Лукина М. М. Технология интервью : учебное пособие для студентов вузов / М. М. Лукина. - 2-е изд., доп. - М. : Аспект Пресс, 2008. - 192 с

⁴ Белановский, С. А. Глубокое интервью : учебно-методическое пособие / С. А. Белановский. - М. : Никколо-Медиа, 2001. - 320 с

⁵ Хюллен, П. Карг, Т. Пособие для радиожурналистов / П. Хюллен, Т. Карг. - Deutschland, Bonn : DW-AKADEMIE, 2010. - 76 с.

Основными методами работы стали метод анализа, синтеза, классификации, описания, структурно-тематического анализа, интервью, наблюдения.

Структура работы: текст ВКР состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

Глава 1. Интервью как вид журналистской деятельности

1.1. Вопрос о дефиниции термина, сущностных признаках и классификации интервью

Теоретики и практикующие журналисты называют интервью одним из самых распространенных жанров в журналистике и одним из самых эффективных методов получения информации. С.Н.Ильченко справедливо замечает, что «сегодня нет такой программы или передачи в электронных СМИ, где в том или ином виде не использовалось бы интервью как способ получения необходимых сведений, цифр, фактов»⁶. По мнению М.М.Лукиной, интервью «чаще других методов дает материал для публикаций: использованные при ее подготовке документы не заменят «живых» человеческих свидетельств»⁷.

Причина востребованности жанра интервью на радио, по мнению исследователей, кроется в самой сущности источника информации. «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»⁸. Интервью, по мнению Т.В. Лебедевой, гармонично существует в эфире в силу того, что «присущая радио диалоговая ситуация как нельзя лучше, естественно выражается в вопросах и ответах собеседников у микрофона»⁹. Немецкие исследователи Петер Хюллен и Торстэн Карг, говоря о достоинствах радиointerview, отмечают

⁶ Ильченко, С. Н. Интервью в журналистике: как это делается : учебное пособие / С. Н. Ильченко. - СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2016. С.12-13.

⁷ Лукина М. М. Технология интервью : учебное пособие для студентов вузов / М. М. Лукина. - 2-е изд., доп. - М. : Аспект Пресс, 2008. С.7.

⁸ Радиожурналистика : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся специальности "Журналистика" / Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова (М.) ; ред. А. А. Шерель. - 3-е изд. - М. : МГУ : Наука, 2005. С.194-195.

⁹ Лебедева Т. В. Жанры радиожурналистики : учебное пособие / Т. В. Лебедева. - М. : Аспект Пресс, 2012. С.43.

такие качества как достоверность, возможность получить информацию и мнения из первых рук, способность придать живость программе¹⁰.

Однако распространенность жанра интервью на страницах печатной прессы, в радио- и телеэфире объясняется не только присущими ему особенностями, но и проблемой депрофессионализации журналистского сообщества. Исследователи справедливо замечают, что среди журналистов, особенно молодых, распространено ошибочное убеждение, что интервью – самый легкий метод получения и представления информации. Подобные ложные представления неизбежно приводят к росту числа журналистских работ низкого качества, отличающихся поверхностностью, бессодержательностью, отсутствием логики, композиции и сюжета. «Очевидно, что отсутствие практических навыков, незнание законов человеческого восприятия и правил межличностного общения приводит к плачевным результатам, когда в ходе интервью спрашивающий просто не знает, как и о чем разговаривать с тем человеком, который находится в кадре и у микрофона»¹¹. Создание качественного информационного продукта невозможно без должной теоретической подготовки интервьюера. Профессионализм, на наш взгляд, базируется на понимании сущности, специфики данного вида журналистской деятельности, знания его основных форм, типов, способов организации и их характерных особенностей. Именно этим вопросам и будет посвящен данный раздел.

Востребованность интервью в журналистской практике, индивидуальные подходы журналистов к решению творческих задач, необходимость учитывать современные реалии – все это значительно осложняет изучение этого вида журналистской деятельности. Необходимость дать точное определение, отнести к той или иной группе

¹⁰ Хюллен, П. Карг, Т. Пособие для радиожурналистов / П. Хюллен, Т. Карг. - Deutschland, Bonn : DW-АКАДЕМИЕ, 2010. С.34.

¹¹ Радио- и телеинтервью. Проблемы жанра : сборник материалов научно-практического семинара / Санкт-Петербургский государственный университет (СПб.), Факультет журналистики: Кафедра радио и телевидения ; ред. С. Н. Ильченко, В. Г. Ковтун. - СПб. : Лаборатория оперативной печати ф-та журналистики СПбГУ, 2002. С.64.

жанров, перечислить все его виды рождает многочисленные споры среди теоретиков и практикующих журналистов.

В традиции советской теории журналистики было принято изучать интервью в двух основных направлениях. Первое определяет интервью как метод, то есть способ сбора информации. Во втором случае теоретики рассматривают интервью как жанр, то есть способ представления информации, «как метод организации текста со своей оригинальной структурой и формоопределяющими чертами»¹². Данные значения термина и по сей день являются основными применительно к интервью. Однако современные исследователи отмечают некоторую несостоятельность столь четкого разделения. «Рассматривая интервью в двух плоскостях, исследователи на самом деле искусственно расчленили творческий процесс»¹³. Многогранность этого вида деятельности затрудняет возможность сформировать целостный взгляд на интервью и дать журналистами рекомендации, пригодные для практического применения в профессиональной деятельности.

Современные исследователи все чаще обращают внимание на то, что интервью – это, прежде всего, коммуникативный акт, процесс общения интервьюера и интервьюируемого лица. Так, авторы учебника «Радиожурналистика» определяют интервью как «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

¹² Лукина М. М. Технология интервью : учебное пособие для студентов вузов / М. М. Лукина. - 2-е изд., доп. - М. : Аспект Пресс, 2008. С.10.

¹³ Там же. С.10.

темой»¹⁴. Исходя из этого определения, можно выделить еще несколько важных, на наш взгляд, особенностей интервью.

Прежде всего, обратим внимание на то, что интервью – это не просто общение, а общение, имеющее конкретную цель, общую для всех интервью – получение информации. В дополнение к этому, М.М. Лукина акцентирует внимание на одной важной особенности именно журналистского интервью, а именно на общественной значимости получаемой информации. Автор отмечает, что «интервью журналиста с собеседником есть разговор двух людей не просто для обмена сведениями, а с целью создания нового информационного продукта. В интервью собеседники - журналист (интервьюер) и его партнер (интервьюируемый) – участвуют в информационном обмене для информационного насыщения главного, хотя и незримого, третьего участника коммуникации - аудитории»¹⁵. Сама М.М. Лукина дает термину следующую трактовку: «интервью — это межличностное вербальное общение для получения информации и производства нового знания в целях удовлетворения информационных потребностей общества»¹⁶. Данное определение, в отличие от трактовки, которую приводят авторы учебника «Радиожурналистика», однако, не учитывает одну важную, на наш взгляд, характеристику, а именно вопросно-ответную форму. С.Н. Ильченко отмечает, что структурообразующим элементом любого интервью является «наличие спрашивающей и отвечающей персон, ситуативная последовательность задаваемых вопросов и получаемых ответов, имеющая завершённый характер»¹⁷.

¹⁴ Радиожурналистика : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся специальности "Журналистика" / Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова (М.) ; ред. А. А. Шерель. - 3-е изд. - М. : МГУ : Наука, 2005. С.195.

¹⁵ Лукина М. М. Технология интервью : учебное пособие для студентов вузов / М. М. Лукина. - 2-е изд., доп. - М. : Аспект Пресс, 2008. С.9.

¹⁶ Там же. С.13.

¹⁷ Ильченко, С. Н. Интервью в журналистике: как это делается : учебное пособие / С. Н. Ильченко. - СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2016. С.14.

Суммируя вышесказанное, в данной работе мы считаем необходимым отталкиваться от определения, которое предлагает С.Н. Ильченко. «Интервью — это целостный акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с респондентом в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов с целью получения информации, мнений или суждений, представляющих общественный интерес»¹⁸. Данная трактовка, на наш взгляд, полностью учитывает сущностные признаки интервью как вида журналистской деятельности.

В рамках данной работы мы говорим о радиointerview. Принципиальным его отличием от интервью, предназначенного для печатной прессы, является то, что процесс записи интервью является одновременно и его результатом. А следовательно, во-первых, радиointerview практически невозможно отредактировать. В процессе монтажа журналист может лишь «почистить» запись от пауз, оговорок, сократить некоторые ответы, но «изменить сам процесс разговора, характер беседы он не может»¹⁹. Поэтому радиointerview требует гораздо и более тщательной и детально продуманной подготовки. Мастерство интервьюера всегда «налицо». Если в печатных СМИ, как верно отмечает Е.Б. Сахнова, интервью «никогда не бывает стенограммой реальной беседы»²⁰, то работа радиointerviewера, особенно в прямом эфире, представлена «как есть», без всяческой литературной обработки. Во-вторых, радиointerview доходит до слушателя в виде естественно звучащего разговора. Оно более документально, эмоционально, нежели интервью в печатных СМИ, ведь запись сохраняет голоса,

¹⁸ Ильченко, С. Н. Интервью в журналистике: как это делается : учебное пособие / С. Н. Ильченко. - СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2016. С.16.

¹⁹ Радиожурналистика : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся специальности "Журналистика" / Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова (М.) ; ред. А. А. Шерель. - 3-е изд. - М. : МГУ : Наука, 2005. С.195.

²⁰ Сахнова, Е. Б. Жанр интервью и его модификации // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Филология. Журналистика. – Саратов, 2013. №4. [Электронный ресурс] URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/zhanr-intervyu-i-ego-modifikatsii>. Доступен: 24.04.2017.

интонации, уникальные индивидуальные особенности речи говорящих. «Читатель узнает из газеты, *что* сказал интервьюируемый - радиослушатель узнает не только, *что* он сказал, но и *как*. И порой это «*как*» бывает важнее, чем «*что*»²¹. Данные свойства дают основания судить о том, что воздействующий потенциал радиоинтервью выше, чем напечатанного в прессе.

Многообразие ситуаций, в которых журналист прибегает к методу интервью, и многообразие представленных в средствах массовой информации работ очевидно. Огромное количество журналистских произведений, каждое из которых, в сущности, уникально - обширный материал для разносторонних теоретических исследований. Поэтому современные ученые предлагают различные классификации этого вида журналистской деятельности, отталкиваясь от тех или иных оснований. Мы сделали попытку обобщить, систематизировать опыт теоретиков, и описать различные формы и типы интервью, способы его организации и формы общения, с которыми может столкнуться радиожурналист в процессе своей профессиональной деятельности. Безусловно, представленная ниже классификация не претендует на звание исчерпывающей. Ввиду неоднократно подчеркиваемого нами «всепроникающего» характера интервью как вида деятельности, ввиду индивидуальных подходов журналистов к решению творческих задач, расхождение теории и практической деятельности, появление комбинированных форм и типов интервью неизбежно.

Разговор о видах интервью мы предлагаем начать, отталкиваясь от классификации, предложенной немецкими исследователями Петером Хюлленом и Торстэном Каргом. На основании того, с какой целью журналист прибегает к интервью, теоретики выделяют три его формы. Первая – это интервью для сбора информации. Интервью в данном случае – в

²¹ Лебедева Т. В. Жанры радиожурналистики : учебное пособие / Т. В. Лебедева. - М. : Аспект Пресс, 2012. С.29.

чистом виде инструмент, метод, к которому журналист прибегает, чтобы получить или проверить те или иные факты. Журналиста интересуют исключительно сведения, необходимые для подготовки других материалов, а не запись для последующей трансляции в эфире.

Вторая форма интервью, предложенная немецкими теоретиками – интервью для получения синхрона. Емкое высказывание интервьюируемого лица журналист использует как часть, элемент других жанров или видов радиоматериалов. Синхрон придает журналистскому материалу динамичность за счет чередования голосов, достоверность и аутентичность. Синхрон, является выгодной формой подачи материала, а, следовательно, широко используется радиожурналистами как элемент репортажа, очерка, новостного сообщения, а также таких видов радиоматериалов, как «пакет» и «vox pop».

Под «пакетом» понимается один из видов радиоматериала. «Он состоит из подводки ведущего, текста корреспондента и коротких вставок различных интервью, вводимых корреспондентом. В российской практике более принят термин «сюжет»²². К такой, весьма трудоемкой по мнению исследователей, форме подачи материала, следует прибегать при освещении событий, затрагивающих минимум две стороны. Кроме того, Т.В. Лебедева отмечает, что на радио «пакет» часто применяют для освещения событий, которые «развиваются в слове»²³.

Термин vox pop является сокращением латинского выражения «vox populi», которое переводится как «глас народа». Vox pop представляет собой набор голосовых фрагментов - ответов случайных прохожих, свидетелей или участников события на вопрос журналиста, как правило фиксированный. Такую форму подачи материала также называют street talk. Однако, отмечает

²² Время работать на радио. Современная радиожурналистика в разных жанрах / ред. Е. Н. Филимоновых. - М. : Фонд независимого радиовещания, 2002. – 192 с. [Электронный ресурс] URL: <http://dedovkgu.narod.ru/bib/vremja.htm>. Доступен: 24.04.2017.

²³ Лебедева Т. В. Жанры радиожурналистики : учебное пособие / Т. В. Лебедева. - М. : Аспект Пресс, 2012. С. 34.

М.М.Лукина не следует считать vox pop социологическим опросом, так как «в нем отсутствует главное требование к социологическим изысканиям – репрезентативность, т.е. представленность различных социальных групп»²⁴.

Синхрон, как уже было сказано выше, является элементом других жанров и радиоматериалов. Т.В.Лебедева называет данный вид интервью-цитатой, «жанром в жанре». Интервью-цитаты обогащают журналистский материал, однако, как отмечает исследователь, «не претендуют на композиционную и сюжетную завершенность, вне данной передачи почти всегда не имеют ценности»²⁵. Теоретик также приводит несколько разновидностей интервью цитат: интервью-свидетельство, интервью-заявление, интервью-объяснение, и интервью-документ.

Третью форму интервью немецкие исследователи называют «классической». В данном случае речь идет уже не о методе получения информации для других материалов, не об интервью как элементе других жанров, а о самостоятельной форме представления материала. «Классическое» интервью, согласно классификации Т.В. Лебедевой, может быть включено в эфир радиостанции, либо как отдельная передача, либо как фрагмент радиопрограммы.

Наряду с вышеперечисленными формами интервью Петер Хюллен и Торстэн Карг выделяют три его типа. Первый тип исследователи называют тематическим интервью. Это интервью, нацеленное на получение новых, ранее не известных фактов и сведений. При выборе интервьюируемого лица журналиста интересует не индивидуальность собеседника, а степень его компетентности, наличие у него необходимых фактов.

Второй тип, предложенный исследователями – это интервью-мнение, цель которого, исходя из названия – выяснить позицию, мнение, суждение интервьюируемого по тому или иному вопросу. Здесь, безусловно, играет

²⁴ Лукина М. М. Технология интервью : учебное пособие для студентов вузов / М. М. Лукина. - 2-е изд., доп. - М. : Аспект Пресс, 2008. С.18.

²⁵ Лебедева Т. В. Жанры радиожурналистики : учебное пособие / Т. В. Лебедева. - М. : Аспект Пресс, 2012. С.33.

роль не только возможность собеседника выразить то или иное мнение, но и степень авторитетности собеседника.

Тематическое интервью, которое можно иначе назвать интервью-факт, и интервью-мнение С.Н. Ильченко относит к двум разновидностям информационного интервью – самого распространенного в журналистской практике. По мнению исследователя, подавляющее большинство представленных в СМИ произведений укладываются в рамки информационной журналистики.

Третий тип интервью, предложенный немецкими учеными – это интервью-портрет. В данном случае первостепенную роль уже играет личность, индивидуальность собеседника, а не информационный повод. «Героем такого интервью может стать человек, который проявил себя в какой-либо сфере общественной жизни и привлекает интерес широкой публики»²⁶. «Простые люди», отмечает М.М.Лукина, становятся героями портретных интервью значительно реже. Цель интервью-портрета – раскрыть индивидуальность собеседника перед аудиторией, познакомить ее с выдающейся личностью. «Вопросы, в первую очередь, касаются личных качеств интервьюируемого, его профессиональной карьеры, переживаний и ощущений, его опыта, планов и устремлений»²⁷. На записи портретного интервью, по мнению Г.В.Сыркова, могут присутствовать посторонние шумы, так как оно «призвано не только раскрыть внутренний мир собеседника, но и показать мир, его окружающий»²⁸. При том, что в большинстве случаев, посторонний шум на пленке означает брак. Интервью-портрет предполагает достаточно продолжительное общение с собеседником, а также продолжительную и тщательную подготовку к нему.

²⁶ Лукина М. М. Технология интервью : учебное пособие для студентов вузов / М. М. Лукина. - 2-е изд., доп. - М. : Аспект Пресс, 2008. С.19.

²⁷ Хюллен, П. Карг, Т. Пособие для радиожурналистов / П. Хюллен, Т. Карг. - Deutschland, Bonn : DW-AKADEMIE, 2010. С.33.

²⁸ Время работать на радио. Современная радиожурналистика в разных жанрах / ред. Е. Н. Филимоновых. - М. : Фонд независимого радиовещания, 2002. – 192 с. [Электронный ресурс] URL: <http://dedovkgu.narod.ru/bib/vremja.htm>. Доступен: 24.04.2017.

В классификации, предложено С.Н.Ильченко, наряду с интервью-фактом, интервью-мнением (разновидностями информационного интервью), интервью-портретом, присутствуют протокольное интервью, интервью-анкета и проблемное интервью. Подробнее остановимся на этих типах.

Цель протокольного интервью – получение информации, разъяснений, решений официальных структур. Протокольное интервью характеризуется небольшой продолжительностью, стандартностью вопросов, которые могут быть известны заранее. «Интервьюер (...) не должен что-либо дополнять, переспрашивать, высказывать свое мнение. Ему неуместно изображать непринужденность»²⁹. Информация доводится до сведений журналистов, как правило, в государственных учреждениях, в рамках официальных мероприятий и так далее.

Интервью-анкета предполагает серию стандартизированных вопросов, задаваемых широкому числу лиц, не связанных друг с другом. Цель журналиста – собрать панораму мнений по заданной теме. Интервьюирование, как правило, проводится на улицах, в общественных местах. Vox pop, о котором мы говорили выше, таким образом является одной из форм интервью-анкеты. Однако на наш взгляд интервью-анкетой является и общение журналиста со слушателями в прямом эфире. Интервью-анкеты помогают журналистам не только провести «сканирование» общественного мнения, но и повышают лояльность аудитории, так как «сигнализируют слушателю, что и рядовым людям, а значит, ему самому, есть место на радио. Это укрепляет связь слушателя с радиостанцией»³⁰.

Еще один тип интервью – проблемное – является наиболее сложным среди всех вышеназванных. Цель проблемного интервью – не просто получение авторитетного мнения по важному вопросу, но «выяснение различных точек зрения или путей решения проблем, имеющих важное

²⁹ Кодола, Н. В. Интервью: Методика обучения. Практические советы : учебное пособие / Н. В. Кодола. - 2-е изд., испр. и доп., перераб. - М. : Аспект Пресс, 2012. С.46.

³⁰ Хюллен, П. Карг, Т. Пособие для радиожурналистов / П. Хюллен, Т. Карг. - Deutschland, Bonn : DW-AKADEMIE, 2010. С.44.

социальное значение»³¹. Роль журналиста в проблемном интервью шире, нежели в вышеперечисленных видах. Исследователи допускают, что в проблемном интервью журналист может выражать свою точку зрения. «Позиция журналиста в этом случае служит неким активизирующим началом совместного поиска истины, предпринимаемого в интересах общества»³². Следовательно, проблемное интервью требует от журналиста высочайшего уровня подготовки: профессионализма и эрудиции, тщательного изучения темы разговора, продумывания драматургии интервью. Однако все же отметим, что источником информации в любом виде интервью, в том числе и в интервью проблемном является интервьюируемый. Поэтому основная задача журналиста – посредством вопросов задавать направление анализа, который осуществляется собеседником.

Таким образом, нам удалось выделить следующие типы интервью: информационное интервью, разновидностями которого является интервью-факт и интервью-мнение, протокольное интервью, интервью-анкета, портретное и проблемное интервью. Любопытным нам показалось наблюдение С.Н.Ильченко о том, что содержательно все многообразие представленных в СМИ интервью можно разделить на интервью в связи с...(фактом, событием, проблемой) и так называемое интервью о смысле жизни. В первом случае интервью имеет информационный повод и направлено на получение информации по этому поводу. Во втором случае причиной для интервью является не информационный повод, а личность собеседника. Обсуждаемые темы часто носят вневременной характер, варьируются от конкретных до абстрактных. «Смыслом интервью является сам факт беседы с человеком, лидером мнения, чьи суждения в силу

³¹ Ильченко, С. Н. Интервью в журналистике: как это делается : учебное пособие / С. Н. Ильченко. - СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2016. С.27.

³² Телевизионная журналистика : учебник / ред. Г. В. Кузнецов, ред. В. Л. Цвик, ред. А. Я. Юровский. - 4-е изд. - М. : Изд-во МГУ : Высшая школа, 2002. С.190.

популярности и известности автора могут быть интересны читательской, слушательской или зрительской аудитории»³³.

Выделив основные формы и типы интервью, мы считаем важным акцентировать внимания на важном моменте. Мы выяснили, журналист может прибегать к интервью как к инструменту для получения информации, необходимой в процессе работы над радиоматериалами разных жанров и видов. Журналист может использовать интервью, чтобы получить синхрон, который станет элементом других материалов разных жанров и видов. И наконец, интервью может быть самостоятельным жанром: присутствовать в эфире как отдельная программа или как часть радиопередачи. Многообразие форм данного вида журналистской деятельности позволяет сказать, что с интервьюированием в процессе работы сталкивается практически каждый радиожурналист. Однако роль интервьюера исследователи рассматривают как отдельную журналистскую специализацию, наряду с репортером, комментатором, обозревателем, ведущим авторской программы, дискуссионной программы и выпуска новостей. Г.В.Кузнецов определяет интервьюера как «мастера больших интервью, аналитика или «портретиста»»³⁴. «Любой репортер обязательно задает вопросы. Однако большое портретное или проблемное интервью качественно отличается от репортерского, информационного. Информационное интервью бывает кратким и «по делу»: психологические характеристики собеседника играют лишь второстепенную, вспомогательную роль. В портретном интервью именно психология выходит на первый план. А в проблемном собеседник подчас ставится в сложное положение, интервьюер тогда может напоминать следователя прокуратуры. Понятно, что уровень подготовки к интервью и методика его проведения (а интервью-портрет может длиться и 30 и 60

³³ Ильченко, С. Н. Интервью в журналистике: как это делается : учебное пособие / С. Н. Ильченко. - СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2016. С.14.

³⁴ Телевизионная журналистика : учебник / ред. Г. В. Кузнецов, ред. В. Л. Цвик, ред. А. Я. Юровский. - 4-е изд. - М. : Изд-во МГУ : Высшая школа, 2002. С.216.

минут), принципиально отличаются от репортерской работы»³⁵. Не вступая в полемику с уважаемым автором, все же отметим, что и информационные интервью могут быть весьма продолжительными и требовать серьезной подготовки. Поэтому основанием для отделения для отделения интервьюера от других специализаций нам кажется не тип интервью - информационное, проблемное или портретное – а его форма. Интервью в арсенале журналиста другой специальности имеет вспомогательный характер - служит для подготовки других журналистских материалов различных жанров и видов, и в этой связи речь действительно идет о другом уровне подготовки, особой методике создания и специфике готового произведения. Работа же интервьюера - подготовка и проведение интервью именно как самостоятельного жанра, присутствующего в эфире как отдельная программа или как ее часть. В дальнейшем исследовать специфику работы интервьюера мы будем, исходя именно из этого утверждения.

Позволим себе привести еще ряд оснований для дифференциации, которые нам показались существенными. Т.В. Лебедева на основании количества задействованных участников предлагает разделить интервью на монолог, диалог и полилог. Подавляющее большинство интервью – это интервью-диалоги. Интервью в виде монолога представлено в эфире в случаях, когда интервьюируемый развернуто отвечает на один единственный вопрос, когда интервьюируемый отвечает на вопросы, подготовленные для него на бумаге, и когда вопросы журналиста по той или иной причине вырезаны из записи. И наконец, интервью может проводиться двумя и более журналистами, интервьюер может беседовать с двумя и более респондентами. В этом случае мы имеем дело в интервью-полилогом.

В данной работе мы считаем необходимым также привести классификации, основанные на организационно-технических особенностях проведения интервью. Разные способы организации интервью и формы

³⁵ Телевизионная журналистика : учебник / ред. Г. В. Кузнецов, ред. В. Л. Цвик, ред. А. Я. Юровский. - 4-е изд. - М. : Изд-во МГУ : Высшая школа, 2002. С.234.

общения журналиста и собеседника имеют свои особенности, которые оказывают непосредственное влияние на процесс подготовки и проведения беседы. Интервьюер должен знать и учитывать эти особенности, чтобы создать качественный информационный продукт.

Существует два способа организации интервью. Первый вариант – общение журналиста и интервьюируемого в студии радиостанции. Плюсом студийной записи является возможность получить качественный звук без посторонних шумов. Однако для гостей, не обладающих значительным опытом подобных выступлений, не знакомых с техническими особенностями процесса, обстановка студии является стрессом, который может негативно повлиять на ход беседы.

Второй вариант - журналист записывает интервью вне студии. В данном случае выбор удачного места проведения, забота о качестве звука и исправности техники целиком и полностью ложатся на плечи интервьюера.

Наряду с двумя способами организации интервью, существуют две формы общения журналиста и интервьюируемого лица – опосредованное общение и непосредственное. Последнее предполагает пространственный, визуальный, вербальный контакт участников. В большей степени способствует установлению доверия между собеседниками. Данная форма – обязательное условие для проведения портретного и проблемного интервью.

Под опосредованным общением журналиста и интервьюируемого мы будем понимать, прежде всего, разговор по телефону. Данный способ экономит время, деньги и дает возможность связаться с собеседником, не имеющим возможности по той или иной причине встретиться с журналистом лично. Телефонный разговор в прямом эфире интервьюера с компетентным источником является обычной практикой и важной частью ряда современных радиопередач. Однако опосредованная форма общения не подходит для проведения некоторых типов интервью. Кроме того, предполагает возможность возникновения технических проблем со связью.

Итак, нами были установлены существенные признаки интервью как вида журналистской деятельности, была приведена дефиниция термина, отражающая данные признаки, систематизированы и охарактеризованы основные формы и типы интервью, возможные способы организации и формы общения радиожурналиста и интервьюируемого, а также приведены основания, позволяющие выделить амплуа интервьюера в отдельную журналистскую специализацию. Таким образом, мы сделали первый шаг на пути к освоению столь востребованного и сложного вида журналистской деятельности как интервьюирование. Следующим шагом является исследование методики создания журналистского произведения. Данная задача существенно осложняется тем, что каждое конкретное интервью абсолютно уникально, и эта уникальность обусловлена индивидуальностью каждого интервьюера, каждого собеседника и каждой ситуации общения. Однако мы предпримем попытку выяснить и привести основополагающие фундаментальные и, как следствие, универсальные правила, принципы и навыки, позволяющие составить представление о специфике работы профессионального радиointerviewера.

1.2. Методика интервьюирования: анализ основных этапов

Профессионализм интервьюера основывается на должной теоретической подготовке, центральной составляющей которой является владение методикой интервьюирования. С целью исследовать методы работы радиointerviewера мы считаем необходимым разделить процесс создания журналистского произведения на основные этапы, сформулировать задачи, стоящие перед интервьюером на каждой стадии, изучить правила и способы их решения, выяснить, какие навыки и профессиональные качества при этом требуются. В совокупности мы надеемся проследить, как создается целостный и содержательный информационный продукт, и таким образом получить представление о специфике амплуа радиointerviewера.

Процесс работы над интервью складывается из двух больших этапов – подготовительного и основного, каждый из которых, в свою очередь, делится на несколько шагов. Так стадия подготовки включает в себя постановку цели, исследование и продумывание вопросов и сценария интервью. Специфика радиointerview, как уже отмечалось ранее, в том, что процесс записи является одновременно и его результатом. Возможность его редактирования сведена к минимуму, а если общение проходит в прямом эфире, и вовсе – к нулю. Именно поэтому подготовительный этап работы требует обстоятельного разбора. Исследователи обращают внимание на то, что в эфирной журналистике «хорошее интервью – плод длительного планирования и мгновенного реагирования»³⁶.

Первый этап начинается с постановки цели. Под постановкой цели следует подразумевать понимание, какую информацию, от какого человека интервьюер хочет получить. Первостепенная задача на данном этапе – хорошо продумать и точно сформулировать основную идею, тему будущего интервью. Целостная и содержательная работа всегда сфокусирована, сосредоточена, предметна. Если представления журналиста о конечном продукте весьма расплывчаты, если тема сформулирована слишком объемно, если заявлено множество тем, если как таковой отсутствует повод, будущее интервью будет поверхностным, бессодержательным, и просто рассыплется. «В интервью действует непреложное правило журналистики: тема уже — предметнее, подробнее, а стало быть, интереснее материал. Дело в том, что общие положения, строго говоря, хорошо известны, а общие слова многократно слышаны. Подробности же и детали почти всегда уникальны»³⁷. Туманность мотивов журналиста может послужить причиной отказа со стороны интересующей его персоны. Совершенно справедливым нам

³⁶ Телевизионная журналистика : учебник / ред. Г. В. Кузнецов, ред. В. Л. Цвик, ред. А. Я. Юровский. - 4-е изд. - М. : Изд-во МГУ : Высшая школа, 2002. С.235.

³⁷ Гвоздев Л. З. Техника интервью: учебное пособие / Л. З. Гвоздев. - М. : [б. и.], 1999. – 9 с. [Электронный ресурс] URL: <http://www.e-reading.club/book.php?book=1019943>. Доступен: 24.04.2017.

кажется совет журналистов «не просить людей о встрече до тех пор, пока у вас не будет четкой идеи о том, чего вы хотите от них»³⁸. Здесь же мы считаем необходимым обратить внимание на один важный аспект. В первом параграфе данной работы, говоря об особенностях интервью, мы отмечали, что в данном коммуникативном акте присутствует «незримый, третий участник», а именно – аудитория радиостанции, слушатели. Интервьюеру следует помнить, что он работает с целью удовлетворения информационных потребностей общества, его задачи – привлечение слушателей и удержание их внимания к данной радиостанции. Именно поэтому, на каждом этапе работы, интервьюер должен задавать себе вопрос – будет ли это интересно аудитории, является ли информация (которую он собирается получить от интересующей персоны) общественно значимой? Приступать к организации интервью следует только после того, как достигнуто понимание, *с кем и о чем* журналист собирается вести диалог, а также дан утвердительный ответ на вопрос о потребностях аудитории.

С организационной точки зрения договариваться об интервью с интересующим человеком можно, во-первых, либо при личной встрече, либо опосредованно - по телефону или через интернет (электронная почта, социальные сети, мессенджеры); во-вторых, либо напрямую, либо через пресс-секретарей, представителей, помощников. Шансы журналиста на получение положительного ответа существенно повышает личное знакомство с интересующей персоной, а также возможность связаться с нужным человеком напрямую, а не через посредников. Не случайно А.В. Колесниченко³⁹ одним из десяти важнейших показателей эффективности работы журналиста называет количество профессиональных контактов (личных знакомств, прямых номеров), а также работу над расширением

³⁸ Время работать на радио. Современная радиожурналистика в разных жанрах / ред. Е. Н. Филимоновых. - М. : Фонд независимого радиовещания, 2002. – 192 с. [Электронный ресурс] URL: <http://dedovkgu.narod.ru/bib/vremja.htm>. Доступен: 24.04.2017.

³⁹ Колесниченко А. В. Практическая журналистика : учебное пособие / А. В. Колесниченко. - М. : Изд-во Моск. ун-та, 2010. С.147-148.

своих профессиональных контактов – посещение встреч, мероприятий, звонки. Уровень авторитета гостей является показателем уровня радиостанции.

Следующим этапом работы над интервью является предварительное исследование, под которым подразумевается сбор информации о собеседнике и теме планируемого интервью. От качества предварительной подготовки напрямую зависит содержательная ценность произведения. «Чем больше журналист будет знать о предмете интервью, тем больше информации он получит в процессе беседы, не только потому, что знания позволят ему проникнуть в глубь проблемы, но и потому, что будет чувствовать себя увереннее, и собеседник отнесется к нему с большим уважением и доверием»⁴⁰. Неподготовленный журналист не сможет вызвать интерес интервьюируемого к беседе, рискует столкнуться с негативной реакцией, или даже быть введенным в заблуждение. «Прежде чем беседовать с человеком, узнайте как можно больше о теме беседы и обо всем, что может ей сопутствовать. Помимо всего прочего, тогда вы не дадите себя заморочить или даже обмануть»⁴¹.

Информацию, которую необходимо получить журналисту, условно можно разделить на два типа. Первый – это сведения, связанные непосредственно с содержанием предстоящего интервью. На основе данной информации формулируются вопросы для предстоящего диалога. В зависимости от того, о чем пойдет речь, это могут быть сведения, связанные биографией интервьюируемого и его профессиональной деятельностью, сведения, связанные с фактом, событием, проблемой, которым будет

⁴⁰ Шеин, В. Н. Современная радиожурналистика : теория и практика : учебное пособие для специальности аудиовизуальная журналистика / В. Н. Шеин. - Минск : Белорус. гос. ун-т., 2010. С.93.

⁴¹ Рэндалл, Д. Универсальный журналист / Д. Рэндалл. - М. : Международный центр журналистики, 1996. - 120 с. [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text12/38.htm>. Доступен: 24.04.2017.

посвящено интервью, а также выступления интервьюируемого на данную тему в СМИ.

Второй тип – это сведения, связанные с индивидуальными особенностями личности собеседника, позволяющие интервьюеру найти индивидуальный подход к интересующей персоне, предусмотреть возможные трудности в общении и подготовиться к ним. Журналист М.Ю. Ганапольский, проводя параллели между интервью и повседневным межличностным общением, отмечает, что человек совершает «сложнейшие пристройки» к другому человеку, налаживая диалог. «В реальной жизни, начиная разговор, вы всегда учитываете или пытаетесь предугадать состояние партнера для получения нужного результата. Но это не все. Намереваясь поговорить, вы, так или иначе, держите в памяти все ваши знания о человеке и готовы их использовать»⁴². В данную категорию относятся сведения о личных качествах, особенностях характера интервьюируемого, способных оказать влияние на процесс общения, а также речевых особенности, особенностях голосового поведения собеседника. Если интервьюер имеет возможность кратко побеседовать с интересующей персоной, например, договариваясь об интервью, он может убедиться в отсутствии серьезных дефектов речи у интервьюируемого, проанализировать строй речи будущего собеседника, а именно, как он говорит – быстро или медленно, кратко и односложно или наоборот – пространно и многословно.

Источники информации, из которых журналист может почерпнуть необходимые сведения, М.М. Лукина делит на две группы: документальные и устные. К документальным источникам относятся справочная, научная литература, документы и отчеты, базы данных, профессиональное досье, публикации СМИ, интернет-ресурсы. Под устными источниками информации подразумеваются люди, способные предоставить необходимую информацию по интересующему вопросу. «Эксперты в той или иной

⁴² Ганапольский, М. Ю. Кисло-сладкая журналистика : мемуары / М. Ю. Ганапольский; ред. К. Винокуров. - М. : АСТ, 2009 ; М. : Зебра Е, 2009. С.305.

области, очевидцы событий, коллеги, друзья и родственники героя могут поделиться такими сведениями, которые вы не найдете ни в справочниках, ни в документах»⁴³.

Теоретическая подготовка к интервью подразумевает не только конкретную (о которой речь шла выше), но и общую подготовку, под которой понимается, прежде всего, определенный уровень эрудированности журналиста. Именно эрудированность теоретики и журналисты-практики называют одним из важнейших для интервьюера качеств. Профессионал непременно является человеком интересующимся, постоянно занимающимся самообразованием и имеющим широкий кругозор. «Прежде чем журналист оказывается способным к отражению других людей во всем богатстве признаков он сам, как личность, должен пройти большой путь развития. Иными словами, богатство внутренней, духовной жизни журналиста значительно влияет на течение диалога с собеседником, на уровень и характер общения и, в конечном счете, на то, насколько собеседник раскроется перед интервьюером»⁴⁴.

На основании предварительного исследования интервьюер составляет список вопросов и продумывает их последовательность – то есть сценарий разговора. Важность данного этапа переоценить трудно. Вопросы для интервьюера – основной «инструмент» для работы, для создания качественного произведения. Зависимость результата от правильно составленных и вовремя заданных вопросов точно сформулирована в простой истине: «каков вопрос – таков и ответ». По вопросам, которые задает интервьюер, судят о его профессионализме.

Вопросы, задаваемые во время интервью, делятся на два типа: «те, что подготовлены заранее и сведены в план-вопросник, и те, что задаются непосредственно в ходе беседы и представляют собой оперативную реакцию

⁴³ Лукина М. М. Технология интервью : учебное пособие для студентов вузов / М. М. Лукина. - 2-е изд., доп. - М. : Аспект Пресс, 2008. С.33.

⁴⁴ Шеин, В. Н. Информационные и аналитические жанры радиожурналистики : курс лекций / В. Н. Шеин. - Минск : Белорус. гос. ун-т., 2003. С.90.

интервьюера на получаемую информацию»⁴⁵. Первый тип вопросов есть стержень, ствол будущей беседы, обеспечивающий ей логичность, целостность, завершенность. В.Н. Шеин называет такие вопросы «программными»: «Они представляют собой программу интервью, намечают путь к достижению цели, дисциплинируют. Заставляют мысленно проследить всю цепочку предстоящего разговора: завязку, создающую нужную атмосферу общения, повороты темы и логическое завершение»⁴⁶. Если первый тип вопросов можно образно сравнить со «стволом» будущей беседы, то второй – с ее «кроной», с ответвлениями и листьями: они обеспечивают интервью объем, глубину и признаки естественно протекающего разговора.

Качественное интервью – это здоровый баланс между первым и вторым типом вопросов. Привязанность и неукоснительное следование жесткому плану превращает интервью в механический опрос, а журналист рискует упустить не только интересную информацию, но и собеседника. «Если же вы будете «долдонить» заранее подготовленные вопросы, не реагируя на ответы собеседника, то вскоре и у него возникнет ощущение, что вы его совершенно не слушаете и не очень-то заинтересованы в его ответах»⁴⁷. С другой стороны, журналисту, решившемуся полностью импровизировать, следует помнить – экспромт редко бывает удачным даже у мастеров.

Степень проработанности вопросника может быть различна, однако первый вопрос интервьюер тщательно продумывает и точно готовит заранее. В самом начале задача журналиста - вовлечь гостя в процесс беседы, активизировать его мышление, следовательно, первый вопрос нужно поставить так, чтобы вызвать интерес собеседника. «Если вы первым делом

⁴⁵ Белановский, С. А. Глубокое интервью : учебно-методическое пособие / С. А. Белановский. - М. : Никколо-Медиа, 2001. С.126-127.

⁴⁶ Шеин, В. Н. Современная радиожурналистика : теория и практика : учебное пособие для специальности аудиовизуальная журналистика / В. Н. Шеин. - Минск : Белорус. гос. ун-т., 2010. С.55.

⁴⁷ Хюллен, П. Карг, Т. Пособие для радиожурналистов / П. Хюллен, Т. Карг. - Deutschland, Bonn : DW-AKADEMIE, 2010. С.41.

зададите вопрос, на который собеседник уже неоднократно отвечал в других интервью, едва ли это вызовет его любопытство. Ему будет скучно, он будет вяло бубнить свои ответы»⁴⁸. Начало диалога может оказать влияние на ход всего интервью.

Каждое интервью представляет собой уникальную ситуацию общения. Столь же уникальны и вопросы, которые интервьюер выбирает в качестве «инструмента» для достижения цели в каждом конкретном случае. Однако, проанализировав опыт теоретиков и журналистов-практиков, мы выделили ряд основных требований, соблюдение которых позволяет поставить вопрос профессионально. Но прежде нам кажется важным обратить внимание на один аспект. Т.В. Лебедева высказывает крайне важную на наш взгляд мысль о том, что «обдумывая вопросы, журналист должен хотя бы приблизительно представлять и ответы на них»⁴⁹. Для того, чтобы грамотно построить вопрос, интервьюер должен отдавать себе отчет в том, какую информацию он хочет получить, какую информацию он может получить, исходя из данной формулировки. Нередко коммуникативная цель оказывается недостигнута из-за того, что интервьюер и сам до конца не понимает, о чем он спрашивает собеседника и что хочет услышать в ответ.

Интервьюеру следует формулировать вопросы так, чтобы побудить собеседника дать развернутый, а не односложный ответ. Ситуаций, в которых необходимо, чтобы интервьюируемый ответил коротко и четко, не так много. К примеру, тогда, когда собеседник уходит от прямого ответа в длинные рассуждения. Здесь следует упомянуть, что традиционно вопросы делятся на две большие категории: открытые и закрытые. Открытые вопросы предполагают свободный ответ. Журналист задает только направление, а содержание вкладывает собеседник. Закрытые вопросы предполагают

⁴⁸ Хюллен, П. Карг, Т. Пособие для радиожурналистов / П. Хюллен, Т. Карг. - Deutschland, Bonn : DW-AKADEMIE, 2010. С.40.

⁴⁹ Лебедева Т. В. Жанры радиожурналистики : учебное пособие / Т. В. Лебедева. - М. : Аспект Пресс, 2012. С.32.

фиксированный ответ – «да» или «нет». Основой открытых вопросов являются шесть вопросительных местоимений – Кто? Что? Где? Когда? Как? Почему? (зачем?) Западные журналисты сводят их в краткую формулу «5W+H». В журналистском интервью открытые вопросы всегда предпочтительнее закрытых, хотя, надо отметить, они не всегда гарантируют развернутый ответ.

Для того, чтобы вопрос достиг цели, его следует формулировать кратко и ясно. Длинные и витиеватые трудны для восприятия - собеседник может не понять их вовсе или понять по-своему. Ясность вопроса обеспечивается не только длиной, но и языком, понятным собеседнику и аудитории. Краткий и ясный вопрос ввиду своей однозначности дает мало пространства для того, чтобы собеседник ушел от ответа. Здесь следует упомянуть распространенную ошибку журналистов – нагромождение вопросов. Интервьюер, который одновременно задает несколько разноплановых вопросов, должен быть готов к тому, что собеседник, скорее всего, ответит или на последний, или на тот, что лучше запомнился, или на тот, который посчитает удобным, а «неудобный» при этом оставит без внимания.

Чем конкретнее будет вопрос, тем «фактурнее» будет ответ. Задавая чересчур объемный широкий вопрос, интервьюер должен быть готов получить весьма пространственный ответ, сказанный общими словами. С. А. Муратов совершенно справедливо, на наш взгляд, сравнивает абстрактные вопросы с дырявыми сетями, при помощи которых невозможно получить стоящий улов⁵⁰. Для того, чтобы получить детали, подробности, вопрос должен быть конкретными, прицельным, направленным. Конкретный вопрос – показатель осведомленности, подготовленности журналиста. С таким интервьюером собеседнику будет резонно вести предметный диалог.

⁵⁰ Муратов С. А. Телевизионное общение в кадре и за кадром : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности "Журналистика" / С. А. Муратов. - М. : Аспект Пресс, 2003. С.59.

Ставить вопрос следует так, чтобы в нем не содержался ответ или его часть. «Начинающие журналисты, чтобы продемонстрировать свою компетентность, делают вопрос объемным, втискивая в него едва ли не все, что знают. Им стоит помнить правило: чем больше информации в вопросе, тем меньше ее в ответе»⁵¹. Также допустить данную ошибку можно, задав вопрос с «или», лимитировав таким образом количество возможных вариантов ответа. Подобные подсказки не только обедняют ответ собеседника, но и могут быть расценены как манипуляция.

Задача журналиста – не только вовлечь интервьюируемого в общение, но и поддерживать его интерес на протяжении всего диалога. Кроме того, ранее мы акцентировали внимание на том, что интервьюер в процессе работы должен ориентироваться и на интересы своей аудитории. Следовательно, вопросы интервью должны представлять интерес и для собеседника, и для аудитории. «В хорошо организованном и грамотно проведенном интервью слушатели рассматривают журналиста как человека, который говорит от их имени»⁵². Так, разговор на узкоспециализированную тему может заинтересовать сидящего в студии эксперта, но широкая аудитория оставит его без внимания.

Мыслить «на шаг вперед» интервьюеру следует не только для того, чтобы сформулировать грамотный вопрос, но и выстраивая интервью композиционно. Последовательность вопросов должна обеспечивать работе логичность, связность и сюжетную завершенность. Интервьюер располагает вопросы в порядке, который будет работать на реализацию его идеи, раскрытие темы, получение необходимой информации. Продумывать цепочку вопросов (как и сами вопросы) необходимо с учетом предполагаемых трудностей, связанных с характером запрашиваемой

⁵¹ Лебедева Т. В. Жанры радиожурналистики : учебное пособие / Т. В. Лебедева. - М. : Аспект Пресс, 2012. С.45.

⁵² Время работать на радио. Современная радиожурналистика в разных жанрах / ред. Е. Н. Филимоновых. - М. : Фонд независимого радиовещания, 2002. – 192 с. [Электронный ресурс] URL: <http://dedovkgu.narod.ru/bib/vremja.htm>. Доступен: 24.04.2017.

информации и особенностями личности собеседника. Сценарий каждого интервью уникален, однако можно выделить одно весьма универсальное правило. Теоретики и журналисты-практики рекомендуют ранжировать вопросы «от простого к сложному»: трудные, жесткие, проблемные вопросы, а также вопросы, касающиеся личных, уязвимых тем должны прозвучать во второй половине беседы. Разработка драматургии приобретает стратегическое значение, когда предполагается, что информационные цели интервьюера и интервьюируемого могут не совпадать. В частности, речь идет об острых, проблемных интервью, о случаях, когда предполагается, что собеседник будет стремиться к сокрытию сведений или манипулированию информацией.

Этап продумывания вопросов и сценария интервью завершает подготовительную часть. Основной этап включает в себя преамбулу и собственно интервьюирование.

Внешняя легкость этого процесса обусловлена тем, что со стороны диалог журналиста и интервьюируемого выглядит как самый обычный разговор, который приходилось вести каждому. Однако интервью – это совсем не непринужденная беседа, а искусственно созданная ситуация общения: малознакомые люди в заданный промежуток времени говорят на заданную тему перед микрофоном и для широкой аудитории. Не каждый интервьюируемый имеет большой опыт по части публичного общения с журналистами, особенно в студийных условиях. Для многих собеседников интервью – это экстремальная, непривычная ситуация, условия которой совершенно не способствуют информационной отдаче с их стороны. В этой связи первостепенная задача интервьюера на основном этапе устранить все возможные барьеры, обусловленные искусственностью ситуации, препятствующие установлению контакта с собеседником. «Главной составляющей начального этапа интервью является обязательное налаживание между вами и гостем той атмосферы непринужденности и

доверия, которое бывает между двумя беседующими людьми в реальной жизни»⁵³.

Одним из инструментов для решения данной задачи является короткий неформальный разговор журналиста и его собеседника перед интервью. Преамбула помогает интервьюируемому переключиться с предшествующих дел на предстоящее интервью, преодолеть страх, волнение, расслабиться, психологически адаптироваться, «привыкнуть» к интервьюеру. Содержание разговора индивидуально для каждого конкретного случая: могут быть затронуты как нейтральные отвлеченные темы, так и коротко темы предстоящего интервью. Сам интервьюер в процессе «разминки» анализирует строй речи, расположение духа собеседника, «настраивается» на него, а главное – старается расположить к себе, найти подход. Здесь мы считаем необходимым акцентировать внимание на одном важном аспекте. С первых минут общения интервьюер должен проявить и продемонстрировать внимание и искренний неподдельный интерес к персоне интервьюируемого. Данное условие теоретики и журналисты-практики отмечают как обязательное для продуктивного взаимодействия участников коммуникации. Таким образом, назначая встречу и оговаривая ее продолжительность, интервьюер учитывает, что время потребуется не только непосредственно на интервью, но и на короткую вводную беседу.

Интервьюер заботится о комфорте собеседника не только в общении с собой, но и в предлагаемой для интервью обстановке. Если интервью проводится в студии, в процессе подготовительной беседы интервьюер дает возможность гостю освоиться в непривычных условиях. Если интервью проводится вне студии, интервьюеру следует выбрать тихое уединенное место. Это основное условие, необходимое не только для того, чтобы получить качественную запись без посторонних шумов, но и чтобы минимизировать отвлекающие собеседника факторы, переключить и

⁵³ Ганапольский, М. Ю. Кисло-сладкая журналистика : мемуары / М. Ю. Ганапольский; ред. К. Винокуров. - М. : АСТ, 2009 ; М. : Зебра Е, 2009. С.314.

сосредоточить его внимание на интервью. Желательно, чтобы место проведения внестудийного интервью соотносилось с характером информации, которую он планирует получить.

В основной части интервью перед интервьюером стоят следующие задачи: вовлечение интервьюируемого в процесс беседы и поддержание его активности на протяжении разговора; управление разговором, то есть осуществление контроля над содержанием и ходом беседы. Осуществление данных задач требует от интервьюера особой степени включенности в разговор. «Позицией интервьюера должно стать так называемое *активное слушание*, направленное на поддержание беседы как таковой и одновременно фокусирующее ее на предмете исследования»⁵⁴. Это означает, что на протяжении всего интервью журналист проявляет интерес к разговору и сосредоточен на нем, понимает, анализирует получаемую информацию и чутко реагирует на настроение и ответы собеседника.

Удастся ли журналисту вовлечь интервьюируемого в беседу, удастся ли поддерживать его активность, напрямую зависит от того, проявляет ли сам интервьюер живой интерес к собеседнику и к разговору, сконцентрирован ли он на происходящем. Степень участия интервьюера обнаруживается в его поведении и в его вопросах. Усталость, скука, невнимательность, «механичность» реакций интервьюера легко «считываются» собеседником и провоцируют снижения уровня активности последнего.

Только активно слушающий журналист может осуществлять управление разговором. Данная задача требует наличия у интервьюера такого принципиального важного для данной специализации качества, как высокая скорость реакции. Основным инструментом интервьюера для решения данной задачи служат его вопросы, подготовленные заранее и возникающие в процессе диалога. Здесь следует обратить внимание на еще

⁵⁴ Белановский, С. А. Глубокое интервью : учебно-методическое пособие / С. А. Белановский. - М. : Никколо-Медиа, 2001. С.182.

один важный аспект. Для интервьюера крайне важно понимание своей роли в процессе работы. Интервью – это коммуникативный акт, который подразумевает четкое разделение участников на спрашивающего (журналиста) и отвечающего (интервьюируемого). Основным говорящим здесь является собеседник, а профессиональный журналист – задает вопросы и сдерживает себя от желания поговорить, поспорить или прокомментировать ответ. «Если рядовой журналист говорит в интервью столько же или больше, чем собеседник, - это признак недостаточной квалификации»⁵⁵. Профессионализм интервьюера проявляется в умении задавать грамотные вопросы и «управлять разговором, «дирижировать» потоком информации»⁵⁶, носителем которой является собеседник.

Нам удалось выделить несколько направлений, по которым интервьюер осуществляет контроль в ходе беседы. Первое – контроль над полнотой полученной информации и осуществление конкретизации. В процессе интервью журналист отдает себе отчет, получает ли он ответы на поставленные вопросы, являются ли ответы собеседника удовлетворительными: информационно-насыщенными и исчерпывающими, требует ли высказывание интервьюируемого дополнительных вопросов, направленных на уточнение, разъяснение, развитие, углубление информации.

Второе направление - контроль над релевантностью получаемой информации. Содержание ответов собеседника должно иметь отношение к данному интервью, или как минимум представлять интерес в данном конкретном случае. В процессе общения интервьюируемый может (намеренно или неумышленно) отклоняться от темы, увлекаться несущественными подробностями. Контроль над релевантностью осуществляется на основе хорошо продуманной и четко сформулированной

⁵⁵ Колесниченко А. В. Практическая журналистика : учебное пособие / А. В. Колесниченко. - М. : Изд-во Моск. ун-та, 2010. С.62.

⁵⁶ Радиожурналистика : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся специальности "Журналистика" / Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова (М.) ; ред. А. А. Шерель. - 3-е изд. - М. : МГУ : Наука, 2005. С.201.

идеи, темы данного конкретного интервью. «Понимание целей означает, что интервьюер непосредственно в ходе беседы может оперативно принимать решения, какая информация является релевантной, а какая – нерелевантной»⁵⁷.

Третье направление – контроль над появлением ошибок и противоречий в словах интервьюируемого. Ошибки и противоречия, особенно в проблемных интервью, могут быть следствием сознательной лжи, стремлением к искажению и сокрытию той или иной информации. При этом собеседник может допустить ошибку или выдать противоречивую информацию и суждения ненамеренно. Противоречия зачастую обусловлены спецификой устного общения: его неподготовленностью, линейностью, необратимостью. Таким образом, своевременное фиксирование и указание интервьюируемому на ошибки и несоответствия в его словах направлены не только на то, чтобы установить правдивость, но и уточнить, разъяснить позицию интервьюируемого, а также избежать фактических ошибок в конечном результате.

Интервьюер работает в условиях ограниченного времени, особенно если речь идет об общении в прямом эфире. Поэтому в процессе записи журналист следит за поддержанием оптимальной плотности разговора, позволяющей в отведенные сроки начать, реализовать идею, раскрыть тему, достичь цели и завершить диалог, согласно заранее продуманному сценарию. Мы помним, что любое классическое интервью обладает «композиционной и сюжетной завершенностью»⁵⁸, у него должны быть ярко выраженные и легко угадываемые начало, основная часть и конец. Если интервьюер жестко следит за равномерным распределением вопросов и ответов по времени, то ситуаций, в которых нечем будет заполнить оставшееся время или придется оборвать интервью на полуслове, получится избежать. О приближении

⁵⁷ Белановский, С. А. Глубокое интервью : учебно-методическое пособие / С. А. Белановский. - М. : Никколо-Медиа, 2001. С.196.

⁵⁸ Лебедева Т. В. Жанры радиожурналистики : учебное пособие / Т. В. Лебедева. - М. : Аспект Пресс, 2012. С.37.

лимита времени интервьюер сигнализирует собеседнику заранее фразами, «и в завершении разговора...», «прежде, чем закончить...». В сценарии разговора журналист может предусмотреть вопрос, который мог бы стать хорошей «точкой» интервью.

Радиоинтервью доходит до слушателя в виде естественно звучащего разговора. Аудиальная сущность радио обуславливает тот факт, что к речи радиоинтервьюера предъявляются высокие требования – значительно более высокие, чем к речи сотрудников других типов СМИ. «Слуховое восприятие информации больше других воздействует на воображение человека»⁵⁹, а следовательно, даже при отсутствии «картинки», у радиослушателя складывается определенный образ журналиста – именно и только лишь на основании его голосовых данных. О качестве речи интервьюера можно судить по ее акустическим и содержательным характеристикам, то есть по тому, *как* и *что* говорит журналист. Профессиональный интервьюер должен мастерски владеть своим голосом. Поставленный голос отличается хорошей дикцией, интонационной правильностью и выразительностью, оптимальными высотой и темпом, звучностью, приятным на слух тембром, отсутствием говора. С содержательно точки зрения речь радиожурналиста должна отличаться языковой правильностью, лаконичностью и точностью, богатством и выразительностью, чистотой.

Итак, мы разделили процесс работы над радиоинтервью на основные этапы, установили первостепенные задачи и способы грамотного их решения, выяснили, какие требования предъявляются к отдельным составляющим журналистского произведения и о каких важных аспектах следует помнить в процессе работы. Кроме того, нами были установлены профессиональные качества, которые необходимы радиожурналисту, специализирующемуся на проведении интервью.

⁵⁹ Ключев, Ю. В. Радиожурналистика: основы профессии : учебное пособие / Ю. В. Ключев. - СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2015. С.14.

На основании результатов, полученных на данном этапе работы, мы можем сделать выводы к первой главе.

Интервью является самым востребованным в журналистской практике видом деятельности. Оно представляет собой коммуникативный акт, основными сущностными признаками которого являются нацеленность на получение информации, имеющей общественную значимость, а также вопросно-ответная форма, предполагающая наличие отвечающей и спрашивающей сторон. Радиоинтервью от интервью для других видов СМИ отличает его аудиальная форма представления и тот факт, что процесс записи является одновременно и результатом работы журналиста. Исследователи выделяют несколько основных форм радиоинтервью: интервью для сбора информации, интервью для получения синхрона и интервью как самостоятельная форма представления информации. Наряду с формами, теоретики описывают и ряд типов: информационное интервью, разновидностями которого являются интервью-факт и интервью-мнение, портретное интервью, проблемное, протокольное и интервью-анкета. Распространена классификация, подразумевающая деление интервью на интервью-монолог, диалог и полилог. Существует два способа организации интервью: в студии радиостанции и за ее пределами, а также две формы общения журналиста и интервьюируемого – опосредованная и непосредственная.

Работа над интервью начинается с постановки цели. Первостепенная задача журналиста – продумать и точно сформулировать конкретную идею, тему, которая обеспечит будущему произведению целостность и содержательность. Профессиональное общение требует от интервьюера глубокого знания предмета, поэтому интервьюированию предшествует теоретическая подготовка, которая ведется в двух направлениях. Первое – сбор сведений, связанных непосредственно с темой предстоящего интервью. Второе направление – сбор сведений, связанных с индивидуальными особенностями личности собеседника, позволяющих найти к

интервьюируемому индивидуальный подход. Ключевым этапом подготовительной работы, аккумулирующим результаты предыдущих, является составление списка вопроса и продумывание их последовательности. Вопросы уникальны, как и каждая конкретная ситуация общения, однако существует ряд основных требований. Первый вопрос интервью должен быть хорошо продуман и достаточно оригинален, чтобы вызвать интерес интервьюируемого к общению и активизировать его мышление. Вопросы должны побуждать интервьюируемого на развернутые и самостоятельные ответы, должны быть сформулированы кратко, ясно и узконаправленно и быть интересны как собеседнику, так и аудитории радиостанции. Последовательность вопросов должна обеспечивать работе логичность, связность и сюжетную завершенность, работать на реализацию идеи, раскрытие темы, получение необходимой информации.

Интервью представляет собой искусственно созданную ситуацию общения. В этой связи первостепенная задача интервьюера на основном этапе работы - устранить все возможные барьеры, обусловленные неестественностью ситуации, препятствующие установлению контакта с собеседником и полной информационной отдаче с его стороны. В процессе интервью журналист контролирует содержание и ход беседы в трех направлениях: контроль над полнотой полученной информации и осуществление конкретизации, контроль над релевантностью получаемой информации, контроль над появлением ошибок и противоречий в словах интервьюируемого. Необходимость управлять разговором требует от журналиста умения внимательно слушать собеседника, а также высокой скорости реакции.

Залогом успешной деятельности радиоинтервьюера является постоянное повышение уровня своей эрудированности, а также непрерывная работа над речью, ее акустическими и содержательными характеристиками.

2. Особенности профессиональной деятельности интервьюера на радиостанции «Эхо Москвы»

2.1. Типологические характеристики и специфика контента радиостанции «Эхо Москвы»

Дальнейшее исследование методов работы и профессиональных качеств радиоинтервьюера будет проведено на примере сотрудников радиостанции «Эхо Москвы». В данном параграфе мы намерены определить место данного канала в системе аудиовизуальных СМИ, исследовать его специфику и структурно-тематические особенности контента. Но для начала считаем необходимым дать краткую историческую справку.

Появление негосударственных СМИ в СССР стало возможным после принятия в июне 1990 года закона «О печати и других средствах массовой информации», который «отменил цензуру, предоставил широкие права на учреждение печатных изданий и других средств массовой информации, ввел их регистрацию как проявление новых принципов строительства журналистики в демократическом обществе»⁶⁰. Первая негосударственная радиостанция «Эхо Москвы», задуманная как альтернативный источник информации, «построенный на принципах свободной журналистики, полного отсутствия пропаганды»⁶¹, была зарегистрирована спустя неделю после вступления закона в силу – 9 августа 1990 года. «Моим друзьям, которые работали на госстанциях, опротивело заниматься пропагандой, и они решили создать альтернативу. Прошли регистрацию и получили регистрационный номер один»⁶². Учредителями новой радиостанции стали Московский городской совет народных депутатов, Ассоциация «Радио», журнал «Огонек» и факультет журналистики МГУ.

⁶⁰ История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917 - 90-е гг.) : учебное пособие для студентов вузов, обуч. по направлению и спец. "Журналистика" / Р. П. Овсепян; под ред. Я. Н. Засурского. - 2-е изд., доп. - М. : Изд-во МГУ, 1999. С.217.

⁶¹ История «Эха» / О нас // Официальный сайт радиостанции «Эхо Москвы». [Электронный ресурс]. URL: <http://echo.msk.ru/about/history/> Доступен: 15.04.2017.

⁶² История русских медиа 1989-2011 : версия "Афиши" / ред. А. Горбачев, И. Красильщик. - М. : Афиша, 2011. С.54.

Первым главным редактором был назначен сотрудник французской редакции Иновещания Гостелерадио СССР Сергей Корзун. Он возглавлял «Эхо Москвы» до 1996 года. У истоков также стояли коллега Корзуна Сергей Бунтман и Алексей Венедиктов - учитель истории в одной из московских школ. После ухода Сергея Корзуна с радиостанции, у «Эха Москвы» в течение двух лет фактически не было главного редактора, и только в 1998 году на эту должность был выбран Алексей Венедиктов, который возглавляет редакцию по сей день.

Первый эфир «Эха Москвы» состоялся 22 августа 1990 года в 18:57 на частоте 1206 кГц. Уже на следующий день в прямом эфире был принят первый звонок от радиослушателя. Принцип интерактивности как одна из главных составляющих идентичности радиостанции, таким образом, был заложен в самом начале и, по мнению исследователей, немало способствовал привлечению аудитории. «"Эхо Москвы" привлекло внимание аудитории персонализированными авторскими программами, постоянным прямым телефонным общением со слушателями»⁶³. В течение двух месяцев эфиры «Эха Москвы» длились всего два часа по вечерам. За полгода удалось увеличить время вещания вдвое, а также провести первый радиомост с США при участии мера Нью-Йорка и вице-мэра Москвы Юрия Лужкова.

Отсутствие государственного контроля открывало для журналистов совершенно новые, ранее недоступные возможности. «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"»⁶⁴. Данная позиция привела к тому, что уже через месяц после начала вещания на Президентском совете СССР был поднят вопрос о закрытии радиостанции. «Первым серьезным информационным крещением»,

⁶³ Радиожурналистика : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся специальности "Журналистика" / Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова (М.) ; ред. А. А. Шерель. - 3-е изд. - М. : МГУ : Наука, 2005. С.88.

⁶⁴ Там же. С.95.

по признанию сотрудников «Эха Москвы»⁶⁵, стало освещение вооруженных столкновений в Вильнюсе в январе 1991 года, которые остались вне эфира государственного телерадиовещания. Однако приобрести известность и занять особое место в эфире радиостанции удалось после освещения августовских событий в Москве 1991 года. Исследователи оценивают «Эхо» как «бесспорного лидера отечественных СМИ в информировании населения о том, что происходило в столице СССР»⁶⁶. «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 Венедиктова, Андрея Черкизова и их коллег звучали порой на фоне грохота танковых моторов, и не единожды эти голоса заглушали автоматные очереди»⁶⁷. В период с 19 по 21 августа вещание радиостанции прерывалось четыре раза. В том числе постановлением ГКЧП, действия которого сотрудники радиостанции резко осудили.

Отсутствие государственного контроля позволяло не только освещать запретные для государственных СМИ темы, но и давало возможность приводить разные точки зрения. Так, по мнению исследователей, «гораздо полнее, а главное достовернее освещались события в Чечне коммерческой радиостанцией "Эхо Москвы", показывавшей позиции обеих конфликтующих сторон»⁶⁸. Позицию «все значащие точки зрения на события должны быть представлены»⁶⁹ коллектив радиостанции заявляет как руководящую в освещении тех или иных событий.

⁶⁵ История «Эха» / О нас // Официальный сайт радиостанции «Эхо Москвы». [Электронный ресурс]. URL: <http://echo.msk.ru/about/history/> Доступен: 15.04.2017.

⁶⁶ Радиожурналистика : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся специальности "Журналистика" / Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова (М.) ; ред. А. А. Шерель. - 3-е изд. - М. : МГУ : Наука, 2005. С.89.

⁶⁷ Там же. С.89

⁶⁸ Там же. С.95.

⁶⁹ Старт «Эха Москвы» // Журнал «Дилетант». [Электронный ресурс]. URL: <http://diletant.media/articles/30504736/> Доступен: 15.04.2017.

В течение 90х годов идет постепенный процесс становления и развития «Эха Москвы» как профессионального и влиятельного СМИ. Так, в 1994 году радиостанция становится частью акционерного общества Владимира Гусинского «Группа «Мост», ставшего владельцем контрольного пакета акций. В этом же году вещание «Эхо Москвы» становится круглосуточным, а также открывается одноименное информационное агентство. На заре развития интернет-технологий в России, уже в 1997 году у «Эха Москвы» появился собственный сайт, а вскоре было организовано вещание через интернет. Первоначально вещание осуществлялось на средних волнах на частоте 1206 кГц. Позже добавилась частота 73,82 МГц (УКВ), а в 1997 году – вещание в FM-диапазоне. Сегодня в Москве и Московской области «Эхо Москвы» можно услышать на частоте 91,2 МГц в FM-диапазоне и 73,82 МГц (УКВ), а также через интернет.

С целью определить место «Эха Москвы» в системе современного радиовещания, мы считаем необходимым дать характеристику, опираясь на типологию радиостанций, приведенную Ю.В.Клюевым⁷⁰.

По масштабу вещания «Эхо Москвы» является федеральной радиостанцией. Вещание охватывает Москву, Московскую область, Санкт-Петербург, а также еще 35 городов, расположенных в 26 субъектах федерации, и один город за пределами РФ - Ригу (Латвия). В семи крупных городах России есть региональные редакции: в Волгограде, Казани, Оренбурге, Самаре, Петербурге, Томске и Уфе⁷¹.

По данным исследования, проведенного компанией "Mediascope", ежедневная аудитория радиостанции в Москве составляет около 820 тысяч человек, а еженедельно «Эхо Москвы» слушает 1,75 миллиона. По доле аудитории в Москве «Эхо» занимает лидирующие позиции, обгоняя и

⁷⁰ Клюев, Ю. В. Радиожурналистика: основы профессии : учебное пособие / Ю. В. Клюев. - СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2015. С.91-101.

⁷¹ «Эхо» в регионах / О нас // Официальный сайт радиостанции «Эхо Москвы». [Электронный ресурс]. URL: <http://echo.msk.ru/about/regions/index.html>. Доступен: 15.04.2017.

популярные музыкальные каналы («Ретро FM»), и лидеров в своем сегменте разговорных радиостанций («Вести FM»)⁷². Однако в регионах позиции «Эха» значительно слабее. Там по доли аудитории данный канал находится лишь в середине списка и уступает конкурентным радиостанциям «Вести FM», «Радио России» и «Маяк». Ежедневная аудитория «Эха Москвы» в регионах - более 2,5 миллионов человек, еженедельная – более 6 миллионов⁷³. Основной аудиторией радиостанции, согласно исследованию, являются мужчины и женщины старше сорока лет, обеспеченные и высокообеспеченные, руководители, специалисты и пенсионеры.

По данным компании «Медиалогия» за январь-февраль 2017 года «Эхо Москвы» входит в ТОП-3 самых цитируемых федеральных радиостанций, уступая лишь радио «Говорит Москва»⁷⁴. А главный редактор радиостанции Алексей Венедиктов по отчетам за февраль 2017 года стал самым цитируемым журналистом в стране⁷⁵.

По форме собственности «Эхо Москвы» является коммерческой акционерной радиостанцией. В 2001 году в связи с ликвидацией медиагруппы Владимира Гусинского «Медиа-Мост», радиостанция стала частью холдинга «Газпром-Медиа».

По контенту вещания мы отнесем радио «Эхо Москвы» к информационно-аналитическим каналам разговорного формата. Одна из

⁷² Выводы сделаны на основе данных, полученных в период с января по март 2017 года. Исследование «Radio Index» было проведено среди москвичей старше 12 лет. Рейтинги / Результаты исследований аудитории СМИ / Медиаисследования // Mediascope. [Электронный ресурс]. URL: <http://mediascope.net/services/media/media-audience/radio/radio-index/information/ratings/>. Доступен: 15.04.2017.

⁷³ Выводы сделаны на основе данных, полученных в период с июля по декабрь 2017 года. Исследование «Radio Index» было проведено среди населения России старше 12 лет, проживающего в городах, численностью свыше 100 000 человек. Отчеты / Результаты исследований аудитории СМИ / Медиаисследования // Mediascope. [Электронный ресурс]. URL: http://mediascope.net/upload/iblock/22d/RI_2016_4_report.pdf. Доступен 15.04.2017.

⁷⁴ Рейтинги федеральных СМИ // Медиалогия. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mlg.ru/ratings/media/federal/4677/> Доступен 15.04.2017.

⁷⁵ Рейтинги СМИ / Журналисты // Медиалогия. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mlg.ru/ratings/media/journalists/4660/> Доступен 15.04.2017.

важнейших задач радиостанции – «мгновенно откликаться на события действительности, оперативно передавать для аудитории самые свежие сообщения о событиях текущего дня»⁷⁶. Краткие выпуски новостей, затрагивающих международную и федеральную повестку, на радиостанции «Эхо Москвы» в утреннем эфире - с 6:00 до 9:00 - звучат каждый 15 минут, в течение всего дня – с 9:00 до 23:00 – каждые полчаса, и один раз в час по ночам. Итоговый информационный выпуск – большая 45-минутная информационная программа «Эхо» - выходит ежедневно в 18:00. Она рассказывает о главных событиях дня, включает в себя корреспондентские сюжеты, комментарии экспертов, обзоры иностранной прессы, авторские реплики журналистов «Эха Москвы». Особой информационной насыщенностью отличается утренний эфир радиостанции, в рамках которого, помимо частных и регулярных выпусков новостей, звучат обзоры свежей прессы, последних спортивных новостей, метеосводки. Утренний канал собран из множества коротких рубрик рекламно-информационного и познавательного характера различной тематики. В частности, новости экономики («Экономика»), рынков недвижимости («Свой дом») и связи («О связи все и сразу»), рубрики для автомобилистов («Автомания», «Проезжая часть») и дачников («Во саду ли в огороде»), медицинские рубрики («Мединфо», «Утренний обход»), афиша («Кто куда?»). Стоит отметить большое количество рубрик познавательного характера, в которых звучат новости из дореволюционных газет («Московские старости»), разъясняются правила и трудности русского языка («Как правильно», «Говорим по-русски»), читают отрывки из новых книг («Книжечки») и новости науки («Гранит науки»), рассказывают о событиях одного дня в истории («Ну и денек»). «Ядром» утреннего эфира является программа «Разворот», в рамках которой ведущие обсуждают последние новости, проводят короткие телефонные интервью с экспертами и общаются со слушателями.

⁷⁶ Ключев, Ю. В. Радиожурналистика: основы профессии : учеб. пособие / Ю. В. Ключев. СПб. : Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций» СПбГУ, 2015. — 151 с.

Ввиду того, что «Эхо Москвы» является коммерческой радиостанцией, в эфире присутствует довольно много информации рекламного характера, как в чистом виде, так и в форме коммерческих программ и интервью. Однако специфика вещания позволяет рекламе встраиваться в эфир весьма органично. По словам бывшего генерального директора радиостанции Юрия Федутинова, причина в том, что «реклама на информационном радио воспринимается как информация»⁷⁷. «Слушатель настроен на потребление информации и возникающие время от времени рекламные включения не нарушают общего ритма информационного потока, в отличие от включений рекламы в музыкальное полотно»⁷⁸.

Вышеперечисленные программы нацелены на реализацию блока информационных функций радиовещания. С целью дальнейшего исследования специфики радиостанции «Эхо Москвы», мы считаем необходимым проанализировать структурно-тематические характеристики контента.

Концепция радиостанции «Эхо Москвы» предполагает не только оперативное освещение важных событий общественной, политической, экономической и культурной жизни страны, но и их осмысление. Говоря об аналитической составляющей эфира, следует упомянуть, прежде всего, ряд информационно-аналитических программ, нацеленных на подведение итогов уходящей недели. Авторская программа Владимира Кара-Мурзы-старшего «Грани недели», передача «Блог-аут» и совместный проект с информационным агентством «Интерфакс» «Сканер» представляют собой подготовленные сотрудниками обзоры важных событий, самых цитируемых блогов, самых обсуждаемых тем, самых упоминаемых персон и компаний. Неотъемлемой частью вышеперечисленных проектов являются комментарии приглашенных экспертов, включенные в программу как в виде синхрона, так

⁷⁷ Сухарева В.А., Аллахвердова А.А. Радио: музыкальное, новостное, общественное / В.А. Сухарева, А.А. Аллахвердова. - М. : Фонд независимого радиовещания, 2001. С.171.

⁷⁸ Там же. С.171.

и в виде студийного или телефонного интервью. На подведение итогов уходящей недели нацелена и авторская программа Матвея Ганапольского «Ганапольское. Итоги недели без Евгения Киселева» - дискуссия журналистов «Эха Москвы».

Общественно-политические передачи, безусловно, являются «визитной карточкой» радиостанции. В них относятся, в частности, ежедневные программы «Персонально ваш» и «Особое мнение», еженедельные «Невзоровские среды» («Особое мнение» публициста Александра Невзорова), программа «2017», передача известного тележурналиста Светланы Сорокиной «В круге света», программа главного редактора журнала «The New Times» Евгении Альбац «Полный Альбац». К данной категории относятся и аналитические публицистические монологи Юлии Латыниной («Код доступа»), Сергея Пархоменко («Суть событий») и Михаила Веллера («Подумать только»). В рамках вышеперечисленных программ ведущие и гости «Эха Москвы» - известные журналисты, публицисты, политики, юристы, экономисты, ученые, политологи, историки, общественные деятели, деятели культуры и искусства, эксперты - высказывают свою точку зрения на актуальные события, поднимают важные темы, анализируют проблемы общественной, политической, экономической и культурной жизни страны. Большинство вышеперечисленных общественно-политических программ выходит в прямом эфире в вечерний прайм-тайм. Высокие рейтинги передач обеспечивают не только актуальные темы, но и имена известных ведущих и гостей. Общественно-политические программы создают коммуникативное пространство для открытого диалога, привлекают внимание общества к актуальным вопросам и проблемам, выражают и формируют общественное мнение или определенное мировоззрение.

Значительная доля эфира радиостанции «Эхо Москвы» отведена культурно-просветительским и научно-популярным передачам, в частности, исторической тематики. В рамках программ «Все так» и «Не так» ведущие

Алексей Венедиктов и Сергей Бунтман совместно с историками Натальей Басовской и Алексеем Кузнецовым рассказывают слушателям о великих исторических личностях и громких судебных процессах. В программе «Вот так» рассказ ведущего об исторических событиях сопровождается прослушиванием архивных записей, иллюстрирующих тот или иной период в истории человечества. Иначе построены программы «Цена победы» и «Цена революции», где журналисты ведут диалог с гостями – преимущественно историками - о значимых личностях и событиях 20 века в истории Российской империи и Советского Союза.

Гостями программы «Музейные палаты», которая также носит просветительский характер, становятся директора и представители музеев, кураторы выставок, художники. В процессе интервью они знакомят слушателей с музеями страны, актуальными выставками и интересными коллекциями. Частью программы является короткая рубрика «Красная площадь, дом 1», в рамках которой сотрудник Государственного исторического музея рассказывает о его экспонатах. Образовательный характер программы «Говорим по-русски» заложен уже в самом ее названии. Беседа ведущих с гостями – преимущественно филологами – посвящена различным аспектам и проблемам современного русского языка. Интересна и одноименная рубрика «Говорим по-русски», в рамках которой филологи Ольга Северская и Марина Королева в популярной форме разъясняют трудности русского языка. Стоит упомянуть и ночной эфир писателя Дмитрия Быкова в рамках программы «Один», значительную часть которого ведущий отводит лекции о литературе.

Ряд познавательных передач рассчитан, в том числе, и на детскую аудиторию. Ведущие программы «Детская площадка» Лев Гулько и Сергей Бунтман общаются с детьми, дозвонившимися в прямой эфир, читают отрывки из детских книг, ставят музыкальные композиции, привлекают детей к участию в викторинах, призами в которых становятся книги или билеты на культурные мероприятия, приглашают гостей. Интервью с ними

носят информационный и познавательный характер, однако, на наш взгляд, будут полезны и интересны, скорее родителям. Так, гости программы «Детская площадка с папашей Гульком» рассказывают о детских программах различных музеев, спектаклях и книгах, фестивалях, помогая полезно и интересно организовать досуг детей.

Несмотря на то, что «Эхо Москвы» является разговорной радиостанцией, в сетке вещания можно выделить довольно большой блок музыкальных программ, в рамках которых журналисты не только транслируют различные композиции, но и рассказывают о творчестве известных музыкантов. Так, ведущие программы «120 минут классики рока» приглашают в эфир музыкальных экспертов и знатоков творчества зарубежных рок-музыкантов. Творчеству группы Beatles посвящена авторская программа Владимира Кузищева «Битловский час». Авторы других специализированных музыкальных программ «Эха Москвы» делают подборки джазовых, блюзовых композиций («Весь этот блюз», «Джаз для коллекционеров»). Гости программы «Винил» делятся со слушателями любимыми записями с виниловых пластинок, как и ведущий авторской программы «Золотая полка» музыкант Петр Мамонов. А интервью Нателлы Болтянской с музыкантами, играющими в жанре авторской песни, прерываются живыми выступлениями в прямом эфире.

Культурной тематике также посвящен блок программ журналиста, критика Ксении Лариной. Так, гости программы «Книжное казино» - поэты, писатели и издатели – рассказывают о литературных новинках. Формат программы «Дифирамб» - интервью-портреты с заслуженными артистами, известнейшими актерами, режиссерами, композиторами, музыкантами, художниками, поэтами и писателями. А интервью в программе «Культурный шок» носят, отчасти, проблемный характер: в студии обычно присутствуют несколько гостей, обсуждающих проблемы из сферы культуры и искусства.

Исторические, музыкальные, искусствоведческие, филологические, литературоведческие программы «Эха Москвы» способствуют повышению

уровня образованности, эрудированности слушателя. Знакомя аудиторию с достойными образцами музыки и литературы, с выставками и музеями, программы радиостанции воспитывают эстетические чувства аудитории, способствуют формированию хорошего вкуса, как у взрослых, так и у детей. Доступная, интересная и интерактивная форма подачи материала позволяет совмещать развлечение аудитории с обучением. Общение в эфире с высокообразованными гостями, учеными, заслуженными деятелями культуры и искусства способствует поддержанию моды на образованность и поощрению стремления к духовному развитию. Воспитание человека думающего, на наш взгляд, задача не только культурно-просветительских, но и многих общественно-политических передач «Эха Москвы», частыми гостями которых являются публицисты, писатели, историки и другие представители интеллигенции.

Тематическое разнообразие контента радиостанции расширяется за счет интервью с представителями определенной сферы деятельности. В частности, интервью с владельцами бизнеса в программе «Курс Потапенко», со специалистами IT-индустрии («Точка»), с главами военных учебных заведений, высокопоставленными представителями предприятий военно-промышленного комплекса в программах «Арсенал» и «Военный совет», с представителями телевизионной индустрии – менеджерами, ведущими, продюсерами, режиссерами и актерами телесериалов – в программе «Телехранитель».

Широко представлены специализированные программы для автомобилистов, затрагивающие разные аспекты автотемы. В программе «Доехали» собеседник ведущей Ольги Бычковой, приглашенный эксперт, автогонщик, специалист по безопасному вождению Михаил Горбачев разъясняет методику управления автомобилем в повседневной жизни и экстремальных ситуациях. Ведущий программы «Парковка» Сергей Бунтаман проводит интервью со специалистами по вопросам эксплуатации и ремонта автомобилей. Особенно интересна авторская программа

автоэксперта Сергея Асланяна «Гараж». Наполовину она посвящена консультированию радиослушателей по вопросам выбора и эксплуатации автомобиля; другая половина представляет собой публицистический монолог автора, который выразительно и иронично, выражает свою точку зрения на те или иные проблемы в рамках автомобильной темы.

Спортивные программы, напротив, в эфире представлены мало - рубрикой «Спорт-курьер» - обзором последних спортивных новостей в рамках утреннего эфира, и программой «Футбольный клуб», где ведущие Василий Уткин и Сергей Бунтман обсуждают последние события из мира футбола.

Контент радиостанции «Эхо Москвы» сегодня представлен более чем шестьюдесятью программами и более чем тридцатью короткими рубриками. Тематическое разнообразие эфира радиостанции очевидно. Проанализировав же структуру радиопередач, мы пришли к выводу, что наиболее типичным для «Эха Москвы» является формат, предполагающий общение одного, двух (реже - больше) ведущих с одним или несколькими приглашенными гостями в студии радиостанции. Более половины программ построены именно таким образом. Бывший генеральный директор «Эха Москвы» Юрий Федутин назвал беседы с приглашенными гостями одним из трех «китов», наряду с новостями и интерактивным общением со слушателями, на которых держится радиостанция⁷⁹. Данное обстоятельство позволяет сделать вывод, что интервью на «Эхе Москвы» является самым востребованным жанром, широко представленным в эфире. Наиболее характерны здесь интервью-полилоги, предполагающие присутствие одного ведущего и нескольких гостей («Родительское собрание»), нескольких ведущих и одного гостя («А-team»), нескольких ведущих и нескольких гостей («В круге света»). Хотя диалоги, безусловно, тоже можно услышать, но значительно реже («Курс Потапенко»). Интервью могут иметь чисто информационный характер

⁷⁹ Сухарева В.А., Аллахвердова А.А. Радио: музыкальное, новостное, общественное / В.А. Сухарева, А.А. Аллахвердова. - М. : Фонд независимого радиовещания, 2001. С.180.

(«Книжное казино»), могут быть нацелены на получение мнения («Особое мнение», «Персонально ваш»), можно встретить и интервью-портреты («Дифирамб»), и проблемные интервью («Полный Альбац»).

Ряд программ радиостанции не предполагает присутствие гостей в студии – их проводят журналисты, и чаще всего – в паре. Однако неотъемлемой частью многих из них являются короткие телефонные интервью, цель которых – получение сведений или мнений от интересующего комментатора («Отцы», «Дорожная карта», «Сканер», «Блог-аут», «Утренний разворот»). Хотя стоит отметить, что иногда присутствие гостя в студии и для более продолжительного общения может обеспечиваться при помощи телефонной связи или skype.

Авторские публицистические монологи – самый редкий формат передач на радиостанции. Нам удалось найти всего несколько – «Гараж» Сергея Асланяна, «Код доступа» Юлии Латыниной и «Подумать только» Михаила Веллера. Программ, которые проводит один ведущий, также не так много. В основном это авторские музыкальные программы «Битловский час», «Весь этот блюз», «Джаз для коллекционеров», «Золотая полка», заполняющие ночной эфир радиостанции, а также разговорная ночная программа «Один» («Одна»).

Как уже было нами упомянуто выше, интерактивное общение со слушателями является одним из главных принципов работы радиостанции. Существует множество способов привлечь аудитории к участию в эфире. Прежде всего, ряд программ подразумевает возможность позвонить в прямой эфир радиостанции или написать SMS-сообщение, чтобы задать вопрос гостю или ведущему, высказать свое мнение или ответить на тот или иной вопрос, поставленный ведущим. Подобный формат есть не что иное, как интервью-анкета, позволяющая провести эфирное сканирование общественного мнения. Эту же цель преследуют многочисленные опросы и голосования, являющихся неотъемлемой частью многих передач. Такой формат взаимодействия с аудиторией особенно характерен для общественно-

политических передач. В рамках культурно-просветительских программ регулярно проводятся викторины и конкурсы, дающие возможность выиграть книги или журналы, билеты на культурные мероприятия. Активное взаимодействие радиостанции со слушателями не только способствует повышению лояльности аудитории, но также формирует коммуникативное пространство для открытого диалога общества.

Региональные редакции радиостанции, существующие в ряде крупных городов, обязаны придерживаться общей концепции и стиля вещания московского «Эха». Львиная доля эфирного времени в регионах отведена на ретрансляцию федеральных программ. Только около 20 часов в неделю дано местным редакциям для размещения программ собственного производства и рекламы, которые встраиваются в основную эфирную сетку. Так, в распоряжении журналистов петербургского филиала «Эха Москвы» 19 часов в неделю для собственных передач. В 2015 году на «Эхе Москвы» в Петербурге» разгорелся конфликт миноритарных и мажоритарных акционеров, который едва не привел к закрытию региональной редакции. Однако, в результате были поставлены более жесткие, приближенные к московским, ограничения по формату программ, кардинально изменена сетка вещания – время выхода программ в эфир, и кроме того, контент радиостанции практически полностью обновился, и сегодня примерно на 80% состоит из новых передач.

Эфир радиостанции «Эхо Москвы» в Петербурге» представлен регулярными выпусками местных новостей, итоговой информационной программой «Эхо», региональной версией программы «Утренний разворот», в рамках которой раз в неделю выходит совместный проект с Transparency International, посвященный антикоррупционным расследованиям, программой «Особое мнение» с местными спикерами, программами об искусстве («Волшебная гора») и городской среде («Магистрат»), историческими («Узники ГУЛАГа», «Вспоминая будущее»), экономическими («Деловая среда»), социальными («Синдром альтруиста»),

спортивными («Овертайм с Геннадием Орловым») передачами, а также специальными интервью. Большинство программ петербургского «Эха» в соответствии с общей концепцией радиостанции проводятся в формате интервью с приглашенными гостями и в прямом эфире, дающем возможность коммуницировать с аудиторией.

Сотрудники «Эха Москвы» в Петербурге» активно взаимодействуют с московскими коллегами. Местные журналисты регулярно готовят специальные новостные сообщения и интервью с местными спикерами для федерального эфира. Кроме того, из Петербурга осуществляется вещание программы «Невзоровские среды». Главный редактор радиостанции - Виталий Дымарский - также возглавляет редакцию исторического журнала «Дилетант» и ведет ряд программ на федеральном «Эхе», в частности «2017», «Цена Победы» и «Невзоровские среды».

Итак, мы изучили вопрос о становлении и развитии радиостанции «Эхо Москвы» как профессионального и влиятельного СМИ, определили ее место в системе современного радиовещания, подробно изучили контент радиостанции, его количественные и структурные характеристики, вывели основные составляющие индивидуальности радиостанции, определили место интервью в эфире «Эха Москвы», а также дали краткую характеристику петербургской редакции радиостанции. Далее мы обратимся к опыту интервьюеров московской и петербургской редакций радиостанции «Эхо Москвы».

2.2 Интервьюер как ведущий радиопередачи: подготовка к эфиру и принципы ведения интервью

Карьера многих интервьюеров на радиостанции начинается со стажировки и работы в информационной службе радиостанции в качестве корреспондента. «Обучение сотрудника начинается с коротких телефонных интервью. Журналист учится задавать вопросы, общаться со спикерами, записывать звук. Это важный этап, на котором, помимо всего прочего,

становится ясно, подходит ли человек для данной работы. На этой ступени многие отсеиваются»⁸⁰. Таким образом, ведущие программ радиостанции зачастую являются универсальными журналистами, совмещающими работу сразу в нескольких амплуа. Характерным примером такого сотрудника является Арсений Веснин. Он работает на радиостанции «Эхо Москвы» в Петербурге» всего четыре года, однако за это время смог стать один из ключевых журналистов, пройдя путь от стажера и рядового корреспондента до ведущего авторских программ и федеральных эфиров. Сегодня он является сотрудником информационной службы радиостанции, где выполняет функции корреспондента, выпускающего редактора и ведущего выпусков новостей, ведущим эфира радиостанции и продюсером.

Спектр возможностей журналиста расширяется постепенно, в процессе ежедневной работы в редакции, и исключительно на практике. Прежде чем впервые попробовать себя в качестве ведущего эфира, Арсений Веснин год проработал рядовым корреспондентом: записывал интервью по телефону, писал репортерские «наговоры», выезжал на место события. «Наталье Костицыной в утреннюю программу «Разворот» потребовался соведущий, и она спросила меня: «Хочешь?». Я ответил: «Хочу». На «Эхе Москвы» журналистам не читают долгих лекций о том, как надо. Всему учишься по ходу, на практике. Ты просто пробуешь что-то делать – и у тебя либо получается, либо нет»⁸¹. Возможность попробовать себя и в качестве интервьюера появилась спустя два года работы на радиостанции. При этом, первые интервью Веснина с местными спикерами предназначались для федерального эфира. Это были, в частности, интервью с известным советским футболистом и телекомментатором Геннадием Орловым для спортивной программы «Футбольный клуб», с художником Петром Павленским и историком Львом Лурье для программы «Особое мнение».

⁸⁰ Цит. по стенограмме интервью с Валерием Нечаем

⁸¹ Цит. по стенограмме интервью с Арсением Весниным

Возможность предложить и реализовать идею собственной программы появилась в период, когда сотрудники региональной редакции «Эха Москвы» восстанавливали эфир радиостанции после конфликта акционеров. Так появилась спортивная программа «Овертайм» - интервью с советским футболистом и телекомментатором Геннадием Орловым, а также программа «Магистрат» об архитектуре и городской среде. «Идея программы очень проста. Мы должны уделять внимание тому, как развивается наш город. Петербург – третий по размеру мегаполис в Европе. К тому же, здесь сохранилось огромное количество зданий, построенных до Первой мировой войны. Нигде в мире столько нет. Петербург уникален. И в программе «Магистрат» я и мой гости говорим о том, как не потерять эту уникальность, как сохранить культурное наследие, как развивать городское пространство, делать удобным для жизни»⁸². Арсений Веснин как автор и ведущий программы несет полную ответственность за ее содержание, в его задачи входит поиск тем и героев передачи: архитекторов, урбанистов, чиновников, ответственных за принятие решений и выделение бюджетных средств, а также иностранных экспертов, способных рассказать, как решается та или иная проблема городская проблема за рубежом.

На сегодняшний день Арсений Веснин имеет огромный опыт работы в качестве интервьюера. Помимо вышеперечисленных авторских программ, он ведет петербургскую версию передачи «Особое мнение», периодически заменяет Виталия Дымарского в программе «Невзоровские среды», звучащей в федеральном эфире, и кроме того делает специальные интервью для московской и местной редакций. Построить успешную карьеру на радио Веснину, по мнению заместителя главного редактора радиостанции «Эхо Москвы» в Петербурге» Валерия Нечая, позволил ряд важных профессионально-личностных качеств. «Прежде всего, Арсений – хорошо эрудированный человек. У него изначально был отличный бэкграунд. Во-вторых, у него есть смелость, позволяющая не бояться задавать вопросы и

⁸² Цит. по стенограмме интервью с Арсением Весниным

добиваться ответов на них. И, наконец, он, как коренной петербуржец, хорошо чувствует, понимает город. На мой взгляд, этот момент также сыграл свою роль»⁸³.

В региональном эфире у молодого журналиста, безусловно, больше возможностей попробовать себя в роли интервьюера - ведущего собственной программы. Появление новой передачи в эфире радиостанции «Эхо Москвы» в Петербурге» возможно при комбинации трех факторов: явной нехватки определенной темы, которая, по мнению редакции, является важной и интересной, наличия места в эфирной сетке и желания интервьюера делать авторскую программу определенной тематики. Более подробно процесс возникновения у интервьюера собственной программы рассмотрим на примере авторской передачи Татьяны Шеремет «Синдром альтруиста», звучащей в эфире радиостанции «Эхо Москвы» в Петербурге». Возникновение идеи данной программы и желание ее реализовать обусловлено интересом автора к социальной тематике. Несмотря на отсутствие аналогов в сетке вещания, Татьяне Шеремет потребовалось проявить настойчивость в продвижении своей задумки, так как только с третьего раза удалось добиться одобрения главного редактора и получить возможность реализовывать идею. На следующем этапе автору было необходимо детально продумать, сформулировать и предложить редактору формат и концепцию программы, ее название, а также темы и гостей для первых десяти выпусков передачи. «Мне нужно было доказать, что программа может существовать не день, не два, а дольше. Да, было очевидно, кого я приглашу в первые три выпуска – магазин «Спасибо», организацию «Ночлежка» и фонд «Ад Вита» - а что дальше? Таким образом я убедила редактора, что мне есть с кем и есть о чем говорить в эфире»⁸⁴. В процессе последующего далее обсуждения новой программы с главным редактором, идея автора была скорректирована, в частности, расширено жанровое

⁸³ Цит. по стенограмме интервью с Валерием Нечаем

⁸⁴ Цит. по стенограмме интервью с Татьяной Шеремет

содержание выпусков. Так, помимо интервью как основы в программу было решено включить несколько разделов. В частности, краткое досье, длительностью 30-40 секунд в начале, и рубрику «По мотивам» длительностью от 1 до 3 минут, содержащую репортаж или короткое интервью. Данное решение позволило придать программе динамичности за счет смены разделов и полифонии голосов, содержательно обогатить, придать описательности и наглядности, которая необходима для программ аудиального канала информации. Валерий Нечай также отмечает, что, разрабатывая формат и концепцию программы, авторы и редакторы непременно ориентируются на интересы аудитории, от запросов которой напрямую зависит окончательный вид передачи.

Процесс подготовки интервьюеров радиостанции «Эхо Москвы» к эфиру, безусловно, зависит от специфики самой программы. Однако существуют и общие для всех интервью моменты. Прежде всего, журналисту обязательно следует продумать первый и – желательно - последний вопрос к собеседнику. «Интервьюер должен видеть цель, должен понимать, что в результате он хочет получить. Видя начальный и конечный пункт, ты знаешь, в каком направлении тебе следует двигаться. Таким образом у интервью появляется структура, потому что все вопросы внутри диалога ты будешь формулировать, придерживаясь определенного курса»⁸⁵. Кроме того, к первому вопросу существуют определенные требования. «Первый вопрос должен быть коротким. Желательно, чтобы он звучал не дольше 30-40 секунд. Предыстория в самом начале, растянутая на полторы минуты, в эфире плохо звучит»⁸⁶. Остальные вопросы к собеседнику интервьюеры, как правило, не формулируют дословно, а лишь намечают, очерчивают круг тем, которые собираются затронуть в процессе. Данное обстоятельство обусловлено спецификой живого общения, необходимостью ориентироваться на ответы собеседника, чтобы интервью в эфире звучало как связный

⁸⁵ Цит. по стенограмме интервью с Валерием Нечаем

⁸⁶ Цит. по стенограмме интервью с Арсением Весниным

разговор. «Интервьюер не может знать, что ответит собеседник, следовательно - подойдет ли заранее написанный вопрос, сможет ли он органично встроиться в диалог. Поэтому, досконально продумывая вопросы, можно потратить время впустую»⁸⁷.

Более подробно вопрос о подготовке интервьюера радиостанции к эфиру рассмотрим на примере двух разноплановых программ – авторской тематической передачи Татьяны Шеремет «Синдром альтруиста, звучащей в региональном петербургском эфире, и программы «Особое мнение», которую готовят журналисты московской редакции, и, в частности, Ольга Журавлева.

Ольга Журавлева пришла на радиостанцию «Эхо Москвы» в сентябре 1990 года – всего через месяц после регистрации СМИ, и на сегодняшний день является одним из самых опытных сотрудников. На счету Ольги Журавлевой огромное количество проведенных интервью. Работая на радиостанции, журналист вела множество структурно и тематически разноплановых программ, а в настоящий момент она является ведущей общественно-политических передач «Выбор ясен», «Невзоровские среды», «Особое мнение», программы «Разворот», а также ночного эфира «Одна», в рамках которого в течение нескольких часов общается со слушателями на ту или иную тему.

Идея программы «Особое мнение» в том, чтобы приглашенные гости высказывали свою точку зрения на актуальные события последних дней, анализировали проблемы общественной, политической, экономической и культурной жизни страны. Подготовка к эфиру программы «Особое мнение» начинается за два часа до ее начала. Интервьюер, подбирая темы, ориентируется не только на непосредственно их значимость, но и на профессиональные интересы гостя. В роли интервьюируемых могут выступать журналисты, политики, политологи, юристы, экономисты, ученые, историки, деятели культуры и искусства и так далее. Одна из задач ведущего

⁸⁷ Цит. по стенограмме интервью с Валерием Нечаем

– понять, какие вопросы собеседнику будет интересно обсудить, на какие проблемы у него может быть сформирована своя точка зрения. Логично предположить, что экономиста наверняка будут волновать вопросы экономики, в то время как деятеля культуры они могут совершенно не затронуть. «Если ведущий задает вопросы, обрисовывает какую-то картину, но видит, что гостю это не интересно – то это во многом, безусловно, провал интервьюера»⁸⁸.

Подготовка к эфиру проходит в тесном взаимодействии с другими журналистами радиостанции. Так, на круг тем, которые будут затронуты в программе, могут повлиять сотрудники информационной службы, которым необходимо получить мнение того или иного спикера, для того, чтобы включить его в информационную программу. Кроме того, необходимо учитывать и тот факт, что программа «Особое мнение» выходит дважды за вечер – в 17:00 и 19:00, и в роли ведущих могут выступать разные журналисты. Сотрудники радиостанции стремятся к тому, чтобы программы не звучали однообразно, чтобы, как минимум, они начинались с разных тем.

Кроме того, на круг вопросов могут повлиять и сами гости. Перед началом программы интервьюер в процессе предварительной беседы не только предлагает собеседнику темы для обсуждения, но и интересуется, о чем ему было бы интересно поговорить. Интервьюер должен уметь найти компромисс и в ситуации, когда приглашенный гость отказывается высказываться по тому или иному вопросу. В случае, если та или иная тема в силу своей значимости никак не может быть проигнорирована ведущим, интервьюер, к примеру, может предложить собеседнику отказаться обсуждать вопрос - но непосредственно в прямом эфире.

Отличие программы «Особое мнение» от авторских тематических программ в том, что подбором спикеров занимаются не сами интервьюеры, а продюсеры радиостанции. Профессиональный сотрудник обязан уметь работать с любым приглашенным человеком. «Ведущий получает кусок

⁸⁸ Цит. по стенограмме интервью с Ольгой Журавлевой

эфира. Он знает, к примеру, что у него «вторник, 19:00», или «вся неделя в 17:00». Он не имеет права капризничать – с этим гостем хочу беседовать, с этим не хочу. Когда речь идет об «Особом мнении», кого пригласят – вот с тем будь добр и работай, с тем и выдавай продукт. На мой взгляд, это интересная задача»⁸⁹. Именно продюсер приглашает потенциального гостя в эфир. Иногда, когда речь идет об абсолютно новых спикерах, именно перед продюсером стоит задача понять, насколько подходящим для эфира является интересующий человек.

Сложность проведения таких программ, как «Особое мнение» не только в том, чтобы уметь найти подход к любому собеседнику, но в том, что интервьюеру необходимо разбираться в самых разных темах – политике, экономике, культуре и так далее – чтобы вести диалог об актуальных событиях, которые могут касаться самых разных сфер человеческой деятельности. Для работы в роли интервьюера на «Эхо Москвы» необходимо не только знание последних новостей, но и действительно широкий кругозор. Ежедневная практика требует от журналиста быть абсолютно универсальным: готовым не только к общению с любым собеседником на любые темы, но и к ведению любой программы. «Бывает, мне нужно подменить коллегу и провести программу «Деловая среда». Да, экономическая тема мне не близка. Но любой журналист сталкивается с тем, что иногда приходится заниматься неинтересными или просто непрофильными вопросами. И ты доказываешь, что являешься профессионалом, если способен сделать в такой ситуации – пусть не шедевр журналистики – но качественный эфирный продукт»⁹⁰.

Процесс подготовки интервьюера к программе «Особое мнение», концепция которой предполагает и множество тем, и гостей – представителей самых разных профессий, и постоянную смену ведущих, безусловно, серьезно отличается от процесса подготовки к авторской

⁸⁹ Цит. по стенограмме интервью с Ольгой Журавлевой

⁹⁰ Цит. по стенограмме интервью с Арсением Весниным

тематической программе, который мы более подробно рассмотрим, как уже было сказано выше, на примере передачи социальной тематики «Синдром альтруиста», автором и ведущей которой является Татьяна Шеремет. «Моя программа об обычных людях, ставших супергероями. Когда бессильно государство, бессильны близкие, находятся те, кто приходит на помощь»⁹¹. Гостями программы «Синдром альтруиста» становятся люди, представители организаций, занимающихся благотворительной помощью. Соответственно, работа над новым выпуском, как правило, начинается с поиска той или иной организации, деятельность которой могла бы оказаться в фокусе следующей программы. Тема каждой передачи, которую формулирует автор, обязательно должна заключать в себе некую проблему. «Просто рассказать об организации, перечислить, чем она занимается – это не интересно. К примеру, в случае с «Ночлежкой», проблема будет звучать так: почему нужно помогать бездомным, ведь всем кажется, что те сами виноваты, что оказались на улице? И вот, исходя из этого противоречия, я и буду выстраивать диалог»⁹². Реже, но, тем не менее, возможен вариант, когда сначала формулируется тема программы, а потом ведущая подбирает гостей, с которыми можно было бы обсудить данную проблему.

Татьяна Шеремет ставит перед собой цель организовать в эфире настоящему доверительный диалог, способный оказать эмоциональное воздействие на слушателя. «Смысл передачи в том, чтобы человек у приемника услышал живые человеческие истории, проникся ими, прочувствовал, и либо захотел помочь, либо изменил свое отношение к тем, кто нуждаются в помощи. И вторая задача, рассказать, кому и как можно помочь, если возникнет желание»⁹³. Работу ведущей существенно осложняет тот факт, что многие гости передачи «Синдром альтруиста» - представители благотворительных организаций – не имеют большого опыта общения с

⁹¹ Цит. по стенограмме интервью с Татьяной Шеремет

⁹² Там же.

⁹³ Там же.

журналистами. Именно необходимость выстроить особые отношения с собеседниками, которые, к тому же, зачастую впервые дают интервью в студии радиостанции, оказывает серьезное влияние на процесс подготовки к эфиру, определяет его специфику. Рассмотрим, как Татьяна Шеремет решает поставленную перед ней задачу.

Ведущей необходимо найти к каждому собеседнику индивидуальный подход, понять, как подготовить его к интервью в студии и как вести себя с ним в процессе беседы. Именно поэтому Татьяна Шеремет стремится с самого начала полностью самостоятельно взаимодействовать с интервьюируемым: самостоятельно находить, договариваться об интервью и приглашать в студию.

Обязательным этапом подготовки к программе является предварительное общение с собеседниками, в процессе которого ведущая старается проявить к ним внимание и расположить к себе. «Я всегда сама встречаю своих гостей. Обязательно предлагаю им чай, кофе. Или может просто конфетку? В любом случае, я стараюсь сделать так, чтобы они улыбнулись. Мне важно показать, дать им понять, что не настроена к ним потребительски, что я не журналюга какой-то, который собирается вытрясти из них всю подноготную»⁹⁴. В процессе предварительной беседы ведущая рассказывает о своей программе, о том, какие темы ей бы хотелось затронуть в интервью, старается объяснить, какая совместная задача перед ними стоит, правильно настроить их на предстоящее общение. «Мне важно – и я стараюсь до собеседников это донести - чтобы они не стеснялись говорить о своих проблемах, чтобы приводили примеры, рассказывали истории своих подопечных. Я хочу, чтобы аудитория услышала истории, пропущенные через сердце, а не сухие факты, цифры, перечисление заслуг. А для этого необходимо, чтобы собеседник мне доверял. Именно поэтому первым делом с гостями я просто *разговариваю*»⁹⁵. Однако, Шеремет отмечает, что ни в

⁹⁴ Цит. по стенограмме интервью с Татьяной Шеремет

⁹⁵ Там же.

кчем случае нельзя допускать, чтобы спикеры перед интервью рассказывали то, что журналист надеется услышать от них в эфире. Из-за ощущения, что однажды они это уже говорили, их ответы в интервью могут быть значительно менее информативные и эмоциональные.

Самостоятельный поиск и общение с гостями напрямую на каждом этапе подготовки, предварительная беседа перед эфиром, индивидуальный подход, бережное и внимательное отношение к собеседникам— именно эти принципы позволяют Татьяне Шеремет успешно проводить интервью, соответствующие концепции ее программы. Как совершенно справедливо отметил Валерий Нечай, от ведущего авторской программы требуется не только знание определенной темы, но и умение общаться с людьми определенной профессии или категории.

Интервьюер на радиостанции «Эхо Москвы» одновременно является и ведущим эфира. Он приветствует слушателей, несколько раз в течение программы представляет гостя, анонсирует тему, объявляет перерывы на новости и рекламу. Сотрудники радиостанции «Эхо Москвы» стремятся работать преимущественно в прямом эфире. Данный формат, безусловно, является показателем качества радиостанции и профессионализма сотрудников. Однако существует и несколько причин юридического характера. «Во-первых, согласно закону о СМИ телерадиоканалы освобождаются от ответственности за распространение диффамации в случае, если общение проходит в прямом эфире. Во-вторых, некоторые спикеры после интервью могут попросить вырезать что-то из записи. По закону мы не обязаны выполнять их требования, но для того, чтобы не портить отношения, приходится идти на уступки. А из прямого эфира, понятно дело, уже ничего не вырежешь. Что сказано – то сказано»⁹⁶. Кроме того, прямой эфир дает интервьюеру возможность коммуницировать со слушателями, а интерактивное общение, мы помним, является одним из ключевых принципов работы радиостанции «Эхо Москвы».

⁹⁶ Цит. по стенограмме интервью с Валерием Нечаем

Профессиональное ведение интервью требует от журналиста знания и соблюдения ряда важных принципов. Прежде всего, необходимо следить за тем, чтобы бразды управления разговором были в руках интервьюера, а не его собеседника. В этой связи, нельзя допускать, чтобы собеседник занимал доминирующее положение, позволяющее ему самому определять, о чем в процессе интервью пойдет речь. Валерий Нечай отмечает, что именно интервьюер занимает главенствующую позицию в диалоге. «Журналист не является работником сферы услуг, он не обслуживает гостя. На радиостанции есть правило: если гость требует сменить ведущего – мы меняем гостя»⁹⁷.

Положение ведущего требует от журналиста не только особой степени включенности в диалог, умения слушать, но и твердости, настойчивости, которую в ходе общения непременно приходится проявлять для того, чтобы достичь поставленных целей. Зачастую информационные цели журналиста и информационные цели собеседника не совпадают. Самой распространенной проблемой, с которой сталкиваются многие интервьюеры, является нежелание собеседника отвечать на тот или иной вопрос, однако существует способы, которые позволят этого добиться. «Первый – ты просто повторяешь свой вопрос и прямым текстом просишь на него ответить. Второй способ – попробовать переформулировать. Бывает, что формально собеседник на вопрос ответил, но, по сути, бессодержательно. Тогда нужно спросить по-другому, попытаться конкретизировать вопрос»⁹⁸. Для того, чтобы добиться ответа, чтобы получить действительно ценную информацию, которая будет интересна слушателю, журналист должен уметь вывести своего собеседника из зоны комфорта. «Бывает, что человек, понимая, что он в эфире и говорит на многомиллионную аудиторию, старается быть мягче, чтобы никого не обидеть. Есть люди, которые отвечают удобными клише, цитируют кого-то. Но я хочу услышать мнение, а значит, я должна настаивать: а вы-то как

⁹⁷ Цит. по стенограмме интервью с Валерием Нечаем

⁹⁸ Там же.

считаете? Президент сказал – а вы как считаете? Он прав? Я не могу допустить, чтобы собеседник говорил только о том, о чем ему удобно и приятно поговорить»⁹⁹.

Для интервьюеров – ведущих общественно-политических программ на «Эхе Москвы» вообще характерна довольно активная, жесткая манера ведения диалога. Острые злободневные интервью являются «визитной карточкой» радиостанции, характерной чертой ее индивидуального стиля. Интервьюеры могут задавать прямые, весьма неудобные вопросы, и обязаны добиваться ответов на них, прямо указывать на несоответствия в словах собеседника, вступать с ним в спор и высказывать мнение. Многие сотрудники ценят «Эхо Москвы» за предоставленную им свободу слова: отсутствие запретных тем, вопросов, стоп-листов. По словам Арсения Веснина, он ни разу не столкнулся с проявлениями цензуры. «Я могу поднимать любые темы, задавать любые вопросы, и мне никто не закроет рот. В условиях, когда мало нормальной открытой информации, это крайне важно»¹⁰⁰. Ольга Журавлева также отметила, что «никто не ходит к главному редактору за разрешением»¹⁰¹.

В предыдущей главе мы отметили, что для эфира «Эха Москвы» весьма характерны интервью-полилоги, в частности, интервью, которые проводят двое или более журналистов радиостанции. Интервью-полилоги, безусловно, являются особым случаем в журналистской практике, так как качество конечного продукта зависит от того, насколько слаженной будет работа тандема интервьюеров. Рассмотрим специфику совместной работы интервьюеров на примере передачи «Персонального ваш» и одного из ее ведущих Андрея Познякова. Программа «Персонального ваш» звучит на радиостанции «Эхо Москвы» ежедневно по будням в рамках дневного эфира. Концепция данной передачи близка к уже упомянутому нами «Особому

⁹⁹ Цит. по стенограмме интервью с Ольгой Журавлевой

¹⁰⁰ Цит. по стенограмме интервью с Арсением Весниным

¹⁰¹ Цит. по стенограмме интервью с Ольгой Журавлевой

мнению», в рамках которого гости студии высказывают свое мнение по актуальным вопросам общественно-политической, экономической, культурной жизни страны. Но если в «Особом мнении» интервьюируемый оказывается один на один с ведущим, то «Персонально ваш» проводит пара журналистов, меняющихся еженедельно.

Подготовка к интервью включает в себя парное обсуждение, проработку тем и их разделение между ведущими. Необходимости жестко разделять вопросы, входящие в каждую тему, обеспечивать строгую очередность интервьюеров нет, так как живой разговор, который и должна услышать аудитория, довольно трудно детально распланировать. Тем не менее, важная задача ведущих парного интервью - следить за тем, чтобы каждый примерно в равной степени присутствовал в эфире.

Основное отличие интервью, которое проводят двое журналистов, в том, что каждый из них должен выбрать и придерживаться определенной ролевой модели, отличной от модели своего напарника. «Например, добрый следователь, злой следователь, один помогает гостю, другой – задает коварные, неудобные вопросы, пытаясь добиться ярких неожиданных ответов. Название утренних «Разворотов» Александра Плющева и Тони Самсоновой «Дурачок и Пионерка» - это тоже обозначение ролевых моделей»¹⁰². Каждая пара ведущих по-своему распределяет образы. Они могут отражать характеры интервьюеров, могут меняться с течением времени. Ведение парного интервью, безусловно, сопряжено с трудностями, связанными с необходимостью скоординированной работы ведущих, однако, тем не менее, по словам Андрея Познякова, дает больше возможностей для достижения поставленных целей. «Особое мнение» часто превращается в некую дуэль гость и ведущего, особенно если они регулярно встречаются, но в любом случае, один журналист может только одну ролевую модель принять. У ведущих программы «Персонально ваш» больше пространства

¹⁰² Цит. по стенограмме интервью с Андреем Позняковым

для маневра, разные ролевые модели позволяют с разных сторон подойти к гостью, а, следовательно, больше возможностей найти нужный подход»¹⁰³.

Сложность ведения радиоинтервью в том, что интервьюеру необходимо прикладывать усилия в двух направлениях: поддерживать диалог с собеседником в студии и постоянно помнить о своей аудитории, привлечение и удержание внимания которой – его важнейшая задача. И сложнейшая ввиду того, что у журналиста всего один канал связи со слушателем. Принципы, которые интервьюеру необходимо знать и соблюдать, чтобы удержать аудиторию, базируются на понимании, что радиослушатель воспринимает эфир только на слух. Следовательно, нельзя давать пустую информацию, информацию, которую, прежде всего, нельзя понять или представить. Интервьюеру необходимо следить за тем, чтобы собеседник изъяснялся простым понятным языком. Здесь следует уточнить, что речь идет о стандартизированном интервью, среднестатистических спикерах. «Если тебе что-то неясно – переспрашивай. Не бойся показаться глупым. Если не понял интервьюер, вероятно, не поймет и аудитория»¹⁰⁴. В голове у слушателя должна складываться картинка, он должен представлять, о чем идет речь, что имеет в виду интервьюируемый, что стоит за его словами. Поэтому в ситуации, когда последний говорит слишком общими, расплывчатыми фразами, когда эти фразы не несут за собой смысла, интервьюеру следует просить собеседника привести пример, разъяснить, конкретизировать ответ. «Нужно откликаться на слова собеседника. Каждое слово пропускать через призму сомнения. Интервьюер является медиумом – связующим звеном - между гостем и слушателями. В противном случае аудитория просто отключится»¹⁰⁵.

Человек у радиоприемника должен чувствовать себя вовлеченным в процесс интервью, его непосредственным участником. В прошлой главе мы

¹⁰³ Цит. по стенограмме интервью с Андреем Позняковым

¹⁰⁴ Цит. по стенограмме интервью с Татьяной Шеремет

¹⁰⁵ Цит. по стенограмме интервью с Валерием Нечаем

уже отмечали, что существует множество способов, позволяющих аудитории принять участие в прямом эфире. Ее активность напрямую зависит от интервьюера, чья прямая обязанность - приглашать аудиторию к участию, повторять номер для смс-сообщений, телефон прямого эфира и прочие контакты, а также правильно формулировать вопросы для голосований и мнений. «Слушателя необходимо спрашивать о том, что касается его лично. Отлично, когда получается вызвать у человека внутренний спор – ситуацию, когда в нем сидит несколько мнений, и он никак не может выбрать одно из них. Чем лучше получается балансировать на этой грани, тем эффективнее»¹⁰⁶.

Весьма интересным нам показался способ привлекать и удерживать внимание аудитории ведущей программы «Особое мнение» Ольги Журавлевой. «Я стараюсь привнести в эфир немного театральности, разыграть небольшой спектакль. Некоторые передачи невероятно интересно слушать не столько из-за того, *что* говорят участники, сколько из-за того, *как* они говорят, как они общаются между собой, как спорят, парируют, как гость начинает нести – условную – чушь, а ведущий ему отвечает: «Да что вы говорите!». Такие эфиры у нас были с Александром Прохановым. Когда он меня – понарошку – обижал, слушатели так вовлекались! Они готовы были меня спасать. Это была драма!»¹⁰⁷.

Итак, мы рассмотрели, как проходит процесс обучения интервьюера и процесс создания собственной авторской программы, исследовали специфику подготовки к общественно-политическим и авторским тематическим передачам, выяснили принципы ведения, в том числе парных, интервью, принципы и приемы, позволяющие привлечь и удержать внимание аудитории, а также выделили ряд профессионально-личностных качеств, необходимых для работы в роли интервьюера на радиостанции «Эхо

¹⁰⁶ Цит. по стенограмме интервью с Валерием Нечаем

¹⁰⁷ Цит. по стенограмме интервью с Ольгой Журавлевой

Москвы». На основании полученных результатов сделаем выводы к данной главе.

Радиостанция «Эхо Москвы» стала первой негосударственной радиостанцией и практически сразу заняла особое место в эфире благодаря оперативному и всестороннему освещению важнейших событий общественно-политической жизни 90х годов. На сегодняшний день «Эхо Москвы» - это федеральная коммерческая информационно-аналитическая разговорная радиостанция, одно из крупнейших и влиятельнейших СМИ в стране, задача которого - оперативное освещение и осмысление происходящих в стране и мире событий. Регулярные выпуски новостей являются стержнем эфира, а основная его часть заполнена более чем шестьюдесятью программами и более чем тридцатью короткими рубриками. Помимо общественно-политических программ, которые, безусловно, являются флагманами эфира, на «Эхе» можно услышать множество специализированных исторических, музыкальных, культурно-просветительских, социальных, автомобильных, спортивных и пр. передач. Индивидуальность радиостанции складывается из трех основных составляющих – оперативного освещения важнейших событий в стране и мире, интерактивного общения со слушателями и бесед с приглашенными гостями. В этой связи, интервью отведено центральное место в эфире данной радиостанции.

Петербургский филиал «Эха Москвы», имеющий в распоряжении всего 19 часов эфирного времени в неделю, придерживается общей концепции и стиля вещания московской редакции. Эфир радиостанции представлен выпусками новостей, утренним разговорным каналом, а также десятком тематических передач в формате интервью с приглашенными гостями.

Освоение азов интересующей нас специализации на радиостанции «Эхо Москвы» начинается с коротких телефонных интервью, а навыки ведения прямого эфира приобретаются в утренней разговорной программе.

Чтобы успешно начать карьеру журналисту «Эха Москвы» необходимы такие качества как эрудированность, смелость и настойчивость, в том числе для того, чтобы получить возможность делать авторскую программу. Интервьюеру потребуется самостоятельно разработать формат, концепцию будущей передачи, распланировать первые выпуски.

Процесс подготовки к эфиру зависит от специфики конкретной программы, однако интервьюер обязательно продумывает первый и – желательно – последний вопрос. Профессиональный интервьюер, работающий на радиостанции «Эхо Москвы», должен быть по-настоящему универсальным журналистом, чтобы общаться с любым гостем, чтобы провести интервью на любую тему – и выдать качественный эфирный продукт. Именно такие задачи стоят перед ведущими знаковой для «Эха Москвы» программы «Особое мнение», темы которой могут касаться самых разных сфер человеческой деятельности, а выбором гостей занимаются продюсеры радиостанции. Ведущий авторской тематической программы, напротив, от начала до конца контролирует процесс создания каждого выпуска. От него требуется интерес и глубокое знание конкретной темы и умение найти подход к определенной категории людей. Специфика и сложность проведения парных интервью, весьма характерных для «Эха Москвы», в необходимости слаженной работы журналистов на этапе подготовки и проведения интервью, позволяющей обеспечить равное участие каждого интервьюера в диалоге, а также в необходимости выбора определенной ролевой модели, отличной от модели соведущего.

Ведущий интервью обязан соблюдать ряд принципов: держать бразды управления диалога в своих руках и добиваться ответа на поставленный вопрос, что зачастую требует умения вывести собеседника из зоны комфорта. В этой связи ведущих общественно-политических программ, являющихся визитной карточкой радиостанции, отличает весьма активная и жесткая манера ведения диалога. Стремление создавать действительно острые злободневные интервью требует от них смелости и твердости, чтобы задать

неудобный вопрос, поспорить с собеседником или указать на явные несоответствия в его словах.

Для того, что привлечь и удержать внимание аудитории – а это важнейшая задача интервьюера – ему следует помнить, что человек у радиоприемника воспринимает эфир исключительно на слух. Информация должна быть интересна широкому кругу аудитории, не должна быть «пустой»: слушатель должен понимать и легко представлять то, о чем идет речь. Прямая обязанность интервьюера – приглашать аудиторию принять участие в эфире. Вопросы интервьюера к слушателю должны провоцировать в нем внутренний спор – сложный выбор между разными мнениями.

Заключение

Трудно найти радиожурналиста, который в своей повседневной практике не сталкивался бы с необходимостью обратиться к интервью: как к методу в чистом виде, позволяющему узнать те или иные сведения, или как к способу получить синхрон для радиоматериала определенного жанра или вида. Однако в вышеперечисленных случаях интервью в арсенале, допустим, репортера, имеет лишь вспомогательный характер. Радиоинтервьюер же – это журналист, который занимается подготовкой и проведением интервью как самостоятельного жанра, являющегося структурообразующим элементом радиопередачи или отдельной ее части.

Радиоинтервью – это коммуникативный акт между интервьюером, его собеседником и аудиторией. Характерными признаками его как жанра являются вопросно-ответная форма, предполагающая наличие спрашивающей и отвечающей стороны, и общая для всех интервью цель – получение информации, представляющей общественный интерес. Востребованность интервью на радио обусловлена самой сущностью аудиального канала информации, диалогичного по своей природе. В радиоэфире можно услышать и интервью-факт, и интервью-мнение (разновидности информационного интервью), протокольные, портретные и проблемные интервью, интервью-анкеты как форму общения с аудиторией, интервью-полилоги, диалоги и монологи. Общение журналиста и собеседника может проходить как в студии радиостанции, так и за ее пределами, как непосредственно – лицом к лицу, так и опосредованно – в частности, по телефону.

Процесс записи радиоинтервью является одновременно и результатом работы журналиста – в этом его принципиальное отличие от интервью для печатных СМИ. Следовательно, вид и качество эфирного продукта напрямую зависят от того, насколько тщательной была предварительная подготовка интервьюера. Она начинается с постановки цели, с четкого понимания, какой результат журналист намерен получить. В основе целостного и

содержательного интервью всегда лежит конкретная, точно сформулированная тема или круг тем. Профессиональное общение требует от интервьюера глубоко знания предмета диалога, а, следовательно, предшествовать общению с собеседником должна тщательная работа по сбору сведений, касающихся темы предстоящего интервью. На основании полученной информации, интервьюер формулирует вопросы, уделяя особо пристальное внимание самому первому. Они должны побуждать интервьюируемого на развернутые и самостоятельные ответы, быть сформулированы кратко, ясно и узконаправленно, а кроме того - быть интересны аудитории радиостанции.

Интервью, хоть и выглядит со стороны как повседневная беседа, на деле является искусственно созданной ситуацией общения. Поэтому в ряде случаев интервьюеру бывает важно устранить все возможные барьеры, которые обусловлены неестественностью ситуации и препятствуют установлению контакта с собеседником. Инструментом для решения данной задачи может служить короткая беседа с интервьюируемым перед началом эфира.

Основная задача журналиста в процессе интервью – контроль над содержанием и ходом беседы, который ведется в трех направлениях: контроль над полнотой полученной информации и осуществление конкретизации, контроль над релевантностью получаемой информации, контроль над появлением ошибок и противоречий в словах интервьюируемого. В этой связи умение внимательно слушать собеседника, высокая скорость реакции – принципиально важные для радиointerviewера навыки. Кроме того, аудиальная природа радио требует от сотрудника непрерывной работы над речью, ее акустическими и содержательными характеристиками.

Формат интервью является наиболее характерным для передач информационно-аналитической разговорной радиостанции «Эхо Москвы» - одного из крупнейших и влиятельнейших СМИ в стране. Общение с гостями

в прямом эфире, интерактивное взаимодействие с аудиторией и оперативное освещение важнейших событий в стране и мире – главные составляющие индивидуального стиля «Эха». Флагманами эфира и визитной карточкой радиостанции являются общественно-политические передачи, при этом в целом эфир тематически весьма разнообразен и представлен множеством специализированных исторических, музыкальных, культурно-просветительских, автомобильных, спортивных и пр. передач. Региональные редакции, в частности, петербургская, придерживаются общей концепции и стиля вещания федерального эфира.

Повседневная работа в роли интервьюера на радиостанции «Эхо Москвы» требует от журналиста универсальности. Ведение знаковых общественно-политических программ, таких как «Особое мнение», обязывает сотрудника уметь взаимодействовать с любыми гостями, подбором и приглашением которых занимаются не интервьюеры, а продюсеры радиостанции. Более того, интервьюеру следует быть готовым провести любую передачу – и выдать качественный эфирный продукт. Знание главных событий общественно-политической, экономической, культурной жизни в стране и в мире, эрудированность – базовые требования к интервьюерам, без которых журналиста не допустят до эфира.

Для ведущих общественно-политических программ радиостанции «Эхо Москвы» характерна весьма активная, жесткая манера ведения диалога. Для того, чтобы создавать острые злободневные интервью, являющиеся визитной карточкой радиостанции, интервьюеру потребуются твердость, настойчивость и смелость – качества, необходимые для соблюдения ряда важнейших принципов: всегда держать бразды правления разговором в своих руках, добиваться ответа на свой, порой весьма неудобный вопрос, что зачастую связано с необходимостью вывести собеседника из зоны комфорта, спорить с интервьюируемым или указывать на явные несоответствия в его словах. Весьма характерен для «Эха Москвы» формат интервью, которые журналисты проводят в паре, как, в частности, в близкой по концепции к

«Особому мнению» программе «Персонально ваш». Специфика парной работы заключается в том, что каждому журналисту необходимо выбрать и придерживаться определенной ролевой модели поведения, отличной от модели поведения соведущего.

Следует отметить, что жесткость в общении с гостями уместна в общественно-политических программах, при этом ряд авторских тематических программ, в частности, социальная программа «Синдром альтруиста», напротив предполагает бережное и внимательное отношение к собеседнику и требует от журналиста умения найти индивидуальный подход к интервьюируемому и вызвать его доверие. Автор тематической программы обязан самостоятельно подбирать темы и гостей для нового выпуска.

Главная, важнейшая задача интервьюера - привлечение и удержание внимания аудитории радиостанции. Принципы, позволяющие справиться с ее решением, базируются на понимании специфики аудиального канала информации. Человек у радиоприемника воспринимает эфир исключительно на слух, а следовательно поступающая информация не должна быть «пустой»: аудитория должна понимать и легко представлять то, о чем идет речь. Чтобы удержать слушателя, необходимо дать ему почувствовать себя непосредственным участником диалога, который тоже имеет возможность задать вопрос гостю программы или ответить на вопрос журналиста. Вопрос к аудитории можно назвать удачным, если он способен спровоцировать в человеке внутренний спор – сложный выбор между разными мнениями.

Итак, мы видим, что интервьюирование, особенно в прямом эфире, весьма сложный вид профессиональной деятельности журналиста, требующий от него наличия множества навыков, качеств и, безусловно, серьезного опыта. Освоение начинающим журналистом интересующей нас специализации на радиостанции «Эхо Москвы» начинается с коротких телефонных интервью, дающих базовые навыки профессионального общения со спикерами.

Список литературы

Научная и учебная литература

1. Белановский, С. А. Глубокое интервью : учебно-методическое пособие / С. А. Белановский. - М. : Никколо-Медиа, 2001. - 320 с.
2. Время работать на радио. Современная радиожурналистика в разных жанрах / ред. Е. Н. Филимоновых. - М. : Фонд независимого радиовещания, 2002. – 192 с. [Электронный ресурс] URL: <http://dedovkgu.narod.ru/bib/vremja.htm>. Доступен: 24.04.2017.
3. Гананольский, М. Ю. Кисло-сладкая журналистика / М. Ю. Гананольский; ред. К. Винокуров. - М. : АСТ, 2009 ; М. : Зебра Е, 2009. - 413 с.
4. Гвоздев Л. З. Техника интервью: учебное пособие / Л. З. Гвоздев. - М. : [б. и.], 1999. – 9 с. [Электронный ресурс] URL: <http://www.e-reading.club/book.php?book=1019943>. Доступен: 24.04.2017.
5. Ильченко, С. Н. Интервью в журналистике: как это делается : учебное пособие / С. Н. Ильченко. - СПб. : С.-Петерб. гос. ун-т, Ин-т Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2016. - 236 с.
6. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917 - 90-е гг.) : учебное пособие для студентов вузов, обуч. по направлению и спец. "Журналистика" / Р. П. Овсепян; под ред. Я. Н. Засурского. - 2-е изд., доп. - М. : Изд-во МГУ, 1999. - 303 с.
7. История русских медиа 1989-2011 : версия "Афиши" / ред. А. Горбачев, И. Красильщик. - М. : Афиша, 2011. - 303 с.
8. Ключев, Ю. В. Радиожурналистика: основы профессии : учебное пособие / Ю. В. Ключев. - СПб. : С.-Петерб. гос. ун-т, Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2015. - 151 с.
9. Кодола, Н. В. Интервью: Методика обучения. Практические советы : учебное пособие / Н. В. Кодола. - 2-е изд., испр. и доп., перераб. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 174 с.

10. Колесниченко А. В. Практическая журналистика : учебное пособие / А. В. Колесниченко. - М. : Изд-во Моск. ун-та, 2010. – 192 с.
11. Лебедева Т. В. Жанры радиожурналистики : учебное пособие / Т. В. Лебедева. - М. : Аспект Пресс, 2012. – 224 с.
12. Лукина М. М. Технология интервью : учебное пособие для студентов вузов / М. М. Лукина. - 2-е изд., доп. - М. : Аспект Пресс, 2008. - 192 с.
13. Муратов С. А. Телевизионное общение в кадре и за кадром : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности "Журналистика" / С. А. Муратов. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 201 с.
14. Радио- и телеинтервью. Проблемы жанра : сборник материалов научно-практического семинара / Санкт-Петербургский государственный университет (СПб.), Факультет журналистики: Кафедра радио и телевидения ; ред. С. Н. Ильченко, В. Г. Ковтун. - СПб. : Лаборатория оперативной печати ф-та журналистики СПбГУ, 2002. - 66 с.
15. Радиожурналистика : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся специальности "Журналистика" / Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова (М.) ; ред. А. А. Шерель. - 3-е изд. - М. : МГУ : Наука, 2005. - 480 с.
16. Рэндалл, Д. Универсальный журналист / Д. Рэндалл. - М. : Международный центр журналистики, 1996. - 120 с. [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text12/38.htm>. Доступен: 24.04.2017.
17. Смирнов, В. В. Жанры радиожурналистики : учебное пособие для студентов вузов, обуч. по напр. и спец. "Журналистика" / В. В. Смирнов. - М. : Аспект пресс, 2002. - 288 с.
18. Сухарева В. А., Аллахвердова А.А. Радио: музыкальное, новостное, общественное / В.А. Сухарева, А.А. Аллахвердова. - М. : Фонд независимого радиовещания, 2001. — 224 с.

19. Телевизионная журналистика : учебник / ред. Г. В. Кузнецов, ред. В. Л. Цвик, ред. А. Я. Юровский. - 4-е изд. - М. : Изд-во МГУ : Высшая школа, 2002. - 304 с.
20. Хюллен, П. Карг, Т. Пособие для радиожурналистов / П. Хюллен, Т. Карг. - Deutschland, Bonn : DW-АКАДЕМИЕ, 2010. - 76 с.
21. Шеин, В. Н. Информационные и аналитические жанры радиожурналистики : курс лекций / В. Н. Шеин. - Минск : Белорус. гос. ун-т., 2003. - 180 с.
22. Шеин, В. Н. Современная радиожурналистика : теория и практика : учебное пособие для специальности аудиовизуальная журналистика / В. Н. Шеин. - Минск : Белорус. гос. ун-т., 2010. - 138 с.

Периодические издания

23. Сахнова, Е. Б. Жанр интервью и его модификации // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Филология. Журналистика. – Саратов, 2013. №4. [Электронный ресурс] URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/zhanr-intervyu-i-ego-modifikatsii>. Доступен: 24.04.2017.

Электронные ресурсы

24. История «Эха» / О нас // Официальный сайт радиостанции «Эхо Москвы». [Электронный ресурс]. URL: <http://echo.msk.ru/about/history/> Доступен: 15.04.2017.
25. Отчеты / Результаты исследований аудитории СМИ / Медиаисследования // Mediascope. [Электронный ресурс]. URL: http://mediascope.net/upload/iblock/22d/RI_2016_4_report.pdf . Доступен 15.04.2017.
26. Рейтинги / Результаты исследований аудитории СМИ / Медиаисследования // Mediascope. [Электронный ресурс]. URL:

- <http://mediascope.net/services/media/media-audience/radio/radio-index/information/ratings/>. Доступен: 15.04.2017.
27. Рейтинги СМИ / Журналисты // Медиалогия. [Электронный ресурс].
URL: <http://www.mlg.ru/ratings/media/journalists/4660/> Доступен 15.04.2017.
28. Рейтинги федеральных СМИ // Медиалогия. [Электронный ресурс].
URL: <http://www.mlg.ru/ratings/media/federal/4677/> Доступен 15.04.2017.
29. Старт «Эха Москвы» // Журнал «Дилетант». [Электронный ресурс].
URL: <http://diletant.media/articles/30504736/> Доступен: 15.04.2017.
30. «Эхо» в регионах / О нас // Официальный сайт радиостанции «Эхо Москвы». [Электронный ресурс]. URL: <http://echo.msk.ru/about/regions/index.html>. Доступен: 15.04.2017.