

Ю. В. Ключев

РАДИОЖУРНАЛИСТИКА: ОСНОВЫ ПРОФЕССИИ

Учебное пособие



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ



ВЫСШАЯ ШКОЛА
ЖУРНАЛИСТИКИ
И МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ

Радиожурналистика:
основы профессии

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ «ВЫСШАЯ ШКОЛА ЖУРНАЛИСТИКИ
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

Ю. В. Клюев

Радиожурналистика: основы профессии

Учебное пособие

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2015

ББК 76.03-923

К52

*Печатается по решению
Редакционно-издательского совета и Учебно-методической комиссии
Института «Высшая школа журналистики
и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета*

Рецензенты:

д-р филол. наук *М. Н. Ким* (Сев.-Зап. ин-т управления РАНХиГС при Президенте РФ), д-р полит. наук *И. Н. Блохин* (С.-Петерб. гос. ун-т), д-р филол. наук *Н. С. Цветова* (С.-Петерб. гос. ун-т), д-р искусствовед. *В. Ф. Познин* (С.-Петерб. гос. ун-т), канд. филол. наук *Е. П. Почкай* (С.-Петерб. гос. ун-т)

Клюев, Ю. В. Радиожурналистика: основы профессии : учеб. К52 пособие / Ю. В. Клюев. СПб. : Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций» СПбГУ, 2015. — 151 с.

Цель учебного пособия — дать базовые представления о профессии радиожурналиста, охарактеризовать онтологические и коммуникативные возможности, виды выразительных средств и функции радиовещания, структуру и типологию современных отечественных радиостанций. Книга содержит основные материалы по дисциплине «Основы творческой деятельности журналиста» в части изучения радиожурналистики.

Для студентов, обучающихся по направлению «Журналистика», и всех, кто интересуется организационными, творческими и речевыми аспектами журналистской профессии на радио.

ББК 76.03-923

© Ю. В. Клюев, 2015

© Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций» СПбГУ, 2015

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	6
<i>Тема 1.</i> Природа и коммуникативные возможности радио.....	9
<i>Тема 2.</i> Становление радио как средства связи. Первые радиопередачи.....	23
<i>Тема 3.</i> Регулярное радиовещание. Радио в годы Великой Отечественной войны	32
<i>Тема 4.</i> Послевоенное вещание. Радио в период перестройки общества	42
<i>Тема 5.</i> Выразительные средства радиожурналистики	54
<i>Тема 6.</i> Структура и функции радиовещания	72
<i>Тема 7.</i> Типология и форматы радиостанций	91
<i>Тема 8.</i> Новости на радио. Верстка новостей и приемы актуализации информации	103
<i>Тема 9.</i> Публицистичность радиоречи.....	115
<i>Тема 10.</i> Требования к эфирным текстам	124
Заключение	132
Использованная литература	135
Рекомендуемая литература	139
<i>Приложение 1.</i> Создатель беспроводного телеграфа А. С. Попов (воспоминания радиотехника П. Н. Рыбкина).....	142
<i>Приложение 2.</i> Программа передач Первой программы Всесоюзного радио (30 июля — 5 августа 1984 г.)	144
<i>Приложение 3.</i> Программный директор радиостанции — ответственный за все (интервью с ведущей радиопрограмм Маргаритой Набоковой).....	148

ПРЕДИСЛОВИЕ

Современную систему массовой коммуникации невозможно себе представить без радиовещания. Обладая признаками всеохватности, массовости, доступности, радио стало привычным атрибутом жизни современного человека. Скептики, утверждавшие, что в XXI в. радиовещание, проиграв в конкуренции компьютерным и сетевым технологиям, не имеет уверенных перспектив, явно ошиблись. Сегодня можно утверждать, что благодаря стремительному развитию технических средств обеспечивается массовость и вездесущность радиовещания как одного из главных каналов публичной коммуникации.

Радиовещание в современной системе многостороннего информационного взаимодействия не только не утратило своей популярности, но и приобрело новые методы (инфотейнмент, интерактивность) и формы деятельности (вещательные форматы). Благодаря Интернету радио получило мощный инструмент для расширения масштаба вещания, для дополнительного завоевания популярности слушателей, для воплощения своего организационно-структурного и профессионально-творческого потенциала.

Я. Н. Засурский отмечает важность технологического фактора, способствующего развитию радио: «Массовая коммуникация наиболее представлена сегодня радиовещанием, которое полу-

чило новые стимулы благодаря развитию спутниковой связи и Интернета, став сегодня практически вездесущим. С помощью Интернета можно слушать радио в самых разных и далеких странах, а развитие спутниковой связи и цифрового формата вещания позволяет очень эффективно создавать радиостанции в разных уголках мира» [Засурский, 2005, с. 146]. По замечанию С. А. Михайлова, аудитория радио поистине безгранична: «Миллионы слушателей в разных уголках планеты ежедневно приобщаются к мировой культуре, узнают новости, отдыхают, включив свои приемники» [Основы творческой деятельности..., 2000, с. 227].

Сформировавшаяся культура слушания радиопередач позволяет разграничить несколько способов восприятия эфирных сообщений, передаваемых по радио: фоновое, поисковое, селективное, сосредоточенное. При этом фоновый режим слушания несколько не умаляет достижений коммерческого вещания. Его главная цель заключается не только в рентабельности проекта радиостанции, но и в зарабатывании средств, извлечении доходов, поскольку современное радио — это и часть бизнеса массовой коммуникации.

Не случайно генеральный директор ООО «Радиовещательные технологии» Сергей Комаров отмечает: «Подавляющее большинство радиоаудитории слушает радио фоном. Это — данность. Радио тем и прекрасно, что можно, не отвлекаясь от основного занятия, создавать себе настроение, узнавать о событиях, получать информацию. Радио в автомобиле — вообще единственно возможное СМИ, контактирующее с водителем в дороге. И опять-таки благодаря своему фоновому предназначению. Радио — это СМИ, в том числе, деловых и занятых людей, составляющих наиболее платежеспособную, а значит наиболее привлекательную в коммерческом отношении аудиторию. Соответственно, чем более фоновой является программа, тем более серьезным, деловым (и, как следствие, богатым) социальным слоям слушателей она привлекательна» (URL: <http://radiostation.ru/drm/concept.html>).

Трудно найти человека, у которого не было бы если не любимой, то хотя бы знакомой ему радиостанции. Как отмечает В. В. Смирнов, радио «знакомит нас с интересными людьми,

сообщает немало полезных сведений, расширяет наш кругозор, советует. Мы можем слушать разные радиоканалы, отдавая предпочтение оперативной информации, анализу актуальных событий, компетентному мнению специалиста, музыкально-развлекательным передачам. В эфире всегда можно найти программу на любой вкус, интерес, пристрастие» [Смирнов, 2002а, с. 11]. Современный радиоэфир выступает как мощная разнообразная (диверсифицированная) система вещания, включающая в себя радиостанции разных форм собственности, музыкальных и тематических направлений.

В этой книге в форме лекционного материала изучены ретроспектива, коммуникативные возможности и современное состояние отечественного радиовещания, рассмотрены основные критерии журналистской работы на радио, обозначены достижения и проблемы текущего эфира. Представленная работа дает читателю возможность познакомиться с основами журналистской профессии на радио.

ТЕМА 1

Природа и коммуникативные возможности радио

Современная коммуникация с помощью радио имеет огромное значение. Радио позволяет человеку мгновенно узнавать о важных событиях в России и за рубежом, дает полезную информацию экономического, социального характера, воспитывает и просвещает, дает возможность познавать окружающую реальность, прививает этические и эстетические чувства.

По радио передается политическая и развлекательная информация, звучат интервью, репортажи, корреспонденции, комментарии. Большое место в эфире частных радиостанций занимают песенные, инструментальные композиции разных музыкальных направлений и стилей. Многообразие направлений и форматов современного отечественного радио свидетельствует о его стремительном развитии.

Современный человек активно включен в *социальную коммуникацию* — процесс получения и передачи общественно значимых сведений, известий.

Субъект информации — это средство коммуникации (телевидение, радио, периодическая печать, информационное агентство). *Объект информации* — индивид, социальная группа, общество в целом. В процессе коммуникации осуществляется воздействие субъекта на объект путем распространения актуальной и важной для субъекта информации. Читатель, слушатель,

зритель может выступать одновременно как объект, на который воздействует информация, и как субъект, который воспринимает и оценивает поступившую информацию, откликается на нее.

Коммуникация — это, как правило, однонаправленное, монологическое влияние на аудиторию. Общение — глубокий двусторонний процесс взаимно откровенного, искреннего обмена информацией, внимательное диалогическое (двое говорящих) и полилогическое (более двух говорящих) собеседование, заинтересованный разговор равноправных субъектов информационного взаимодействия. Коммуникация — механический процесс передачи сведений в виде сигналов, знаков, символов. Сообщения передаются по каналам коммуникации — компьютерным, кабельным, спутниковым.

Специфику радиокommunikации раскрывает В. В. Смирнов: «Радиокommunikация отражает действительность в звуке. Это канал передачи звуковых сигналов с помощью электронной техники. Радиокommunikация связана со временем, поэтому она необратима, одномоментна, линейна в своем движении. У слушателя нет возможности остановить ее (если, конечно, не брать в расчет отключение радиоприемника)» [Смирнов, 2006, с. 109].

Коммуникацию на радио можно рассматривать не только как технический способ передачи сигнала, но и как возможность осуществления коммуникативного акта между говорящими в эфире людьми. Е. Н. Зарецкая отмечает, что коммуникация может быть представлена в виде связанных друг с другом компонентов психологического и речевого взаимодействия: цель (мотивация) речевого акта — замысел — текст (устная речь) — реакция (поведение человека в речевой коммуникации): «Последовательность: цель — замысел — текст — реакция представляет собой системное образование, поэтому изменение одного из ее элементов приводит к изменению всех остальных. Речь является средством человеческой коммуникации, она направлена от человека к человеку или множеству людей. Процесс коммуникации упрощенно состоит в следующем. Имеется, с одной стороны, говорящий (в общем виде отправитель или субъект) и, с другой — слушающий (получатель, адресат). Отправитель и адресат вступают в

определенный контакт с целью передачи сообщения, представленного в виде некоторой последовательности сигналов: звуков, букв и т. д.» [Зарецкая, 2002, с. 5].

Обращаясь к аспектам речевого взаимодействия, К. Ю. Новиков пишет: «Источником речи на радио, как правило, является один человек, одна личность, один субъект коммуникации. При этом анализ коммуникативного акта невозможен без изучения состояния сознания субъектов коммуникации, их готовности к восприятию. Сама речевая коммуникация рассматривается в широком экстралингвистическом контексте — психологическом, нравственном, культурологическом. Нравственный аспект коммуникативного акта предполагает исключение сознательной установки на обман реципиента, дезинформацию. В качестве целевых установок речи рассматриваются такие, которые связаны с потребностями человека в коммуникативном воздействии на собеседника, желании убедить в чем-то, заставить совершить определенный поступок, вызвать эмоцию» [Новиков, 2006, с. 88].

Коммуникативный акт на радио — это, как правило, равноправное речевое взаимодействие субъектов общения. Главное отличие от других каналов массовой коммуникации заключается в способности радио ярче других передавать психологию и настроение выступающих у микрофона. Обращаясь к собеседнику и слушателям, человек думает не о том, как он выглядит (например, как он будет смотреться на экране телевизора), а о том, как точнее выразить свои мысли, чтобы быть максимально верно понятым слушателями. Радио заставляет человека мобилизовать в общении интеллектуальные и профессиональные способности, показать навыки красноречия, ораторского искусства.

Общенье — сотворчество представителей всех социальных институтов и систем (журналистов, граждан, лидеров) в ходе постановки, заострения и преодоления важнейших общественно-политических, экономических, нравственных проблем современного социума.

Бытие индивида с момента рождения и до смерти представляет собой процесс деятельности организма в биологической и социальной среде. Биологическая среда выражает все физиоло-

гические отправления и нужды человека, вызывает инстинктивные проявления социального животного. Общественная среда вызывает к жизни необходимые для становления личности компоненты социализации, ее процесс обеспечивается институтами семьи, обучения, права, средств массовой информации (СМИ), политики, религии. Социализированная личность включена в многообразный процесс человеческой деятельности — реальные действия индивида в системе обучения, труда, политической, производственной, экономической, общественной, духовной сферы.

Творчество — процесс создания человеком нового, ранее не существовавшего в материальной и духовной культуре предмета — произведения, материала, текста как результата его осознанной деятельности, направленной на специальное восприятие, осмысление и преобразование окружающей действительности. Творческий человек — это человек думающий, анализирующий и прогнозирующий движение и результативность своего труда, пользующийся, с одной стороны, свободой мысли и действий, с другой стороны, несущий бремя ответственности за применение индивидуальной свободы и воли перед самим собой, законодательной системой и общественной моралью. Творчество — это познавательная (гносеологическая) рефлексия личности, активная профессиональная и гражданская жизнь индивида в мире анализа и оценки значений природных и социальных процессов и явлений окружающей действительности.

Журналистское творчество как специфический фактор информационной и редакционной деятельности предполагает наличие у человека призвания и таланта к производству информационных произведений, предназначенных для распространения в СМИ. В постиндустриальном информационном обществе для всего журналистского цеха на первый план выходят этические и нравственные компоненты творческой деятельности: профессиональный долг, профессиональная честность, профессиональная и личная совесть работника массовой коммуникации.

Радиожурналистика — особый вид профессиональной и общественной информационно-коммуникативной деятельности

человека, нацеленной на аудиальное производство (передачу) информации на расстояние и восприятие ее реципиентом (слушателем). Основным инструментом звукового воплощения произведений радиожурналистики является радио как средство связи. Радиожурналистика как специфическая сфера общественно-профессиональной человеческой деятельности основана на использовании технических средств и природных звуковыразительных (слово, шумы, музыка) возможностей радио. Радиожурналистика есть аудиальный вид журналистской деятельности, результатом которой является радиопередача или совокупность радиопередач, характеризующихся особым психологическим, эмоциональным воздействием на аудиторию.

Радиожурналист — человек, обладающий комплексом специальных знаний, профессионально-практических навыков, целенаправленно пишущий тексты, предназначенные для произнесения, выпуска в эфир на радио.

Способность системно воспринимать и различать звуки окружающей действительности, производить звуки и соединять их в понятную самому себе и окружающим устную речь — уникальная особенность человеческой деятельности. Именно речь, материальным выражением которой являются *звуковые волны (звуки)*, выделяет человека из животного, биологического мира. Благодаря возможности производить, понимать и принимать (перерабатывать) мозгом и психикой сложный набор звуков окружающего мира человек проявляет себя как существо мыслящее, сознательное, обладающее мышлением.

Воплощая возможности технического освоения и творческого представления звуковой картины реальности, радио актуализирует, оживляет *звуковое пространство жизни индивида*, наполняет его представление о мире звуковой палитрой, дает мыслительным механизмам человека живые впечатления. Выраженные в звуке, эти впечатления влияют на систему восприятия человеком окружающих предметов, процессов и явлений, стимулируют активный способ освоения мира — включение ассоциативных эмоций, образную и рациональную работу мысли

и воображения. Радио развивает *звуковую память* человека — оперативную, долгосрочную, краткосрочную.

Человек находится в звуковом пространстве окружающего мира, становится неотъемлемой его частью. Радио отражает, преобразует и усиливает *звуковые характеристики* окружающей человека природной и техногенной действительности, становится его акустическим, *слуховым каналом* освоения окружающего мира.

Исторически сложилось, что радио развивается по двум основным направлениям — как *средство связи* и как *аудиальный канал СМИ*. Радиовещание — уникальный сегмент аудиальной культуры. Оно позволяет человеку познавать окружающий мир с помощью слухового аппарата, через слушание.

Корни аудиальной культуры были заложены в древней Греции, в Афинах, где все проблемы обсуждались на собраниях граждан, а главным было ораторское искусство. Так, отмечает Я. Н. Засурский, появилась афинская «школа уха». Много тысячелетий она существовала наравне с римской «школой глаза», которая была своеобразным визуальным направлением в культуре производства и получения информации (в Риме, в отличие от Афин, новости помещались и вывешивались на деревянных табличках — прообразах современных газет) [Засурский, 2005, с. 246].

Как средство массовой информации и вид искусства радио рождает новые формы вещания, синтезирует в своей практике существующие жанры журналистики, что определяет всепроникающую способность радио органично входить в повседневную жизнь аудитории, и его универсальность как наиболее оперативного канала информирования слушателей.

Постигая природу массового влияния радио, нельзя не отметить, что его психологическое влияние на людей связано с ориентацией его на слуховое, *аудиальное восприятие информации* реципиентом. Русские физиологи И. М. Сеченов и И. П. Павлов доказали, что именно слуховое восприятие информации больше других воздействует на воображение человека. Как показали исследования, проведенные еще до появления радио, объективная закономерность слухового восприятия окружающего мира свя-

зана с тем, что человек «в меру своих возможностей и развития ассоциативного мышления пытается перевести звуковые впечатления в зрительные. Радио возбуждает фантазию, стимулирует чувства, дает работу и мышлению, и неосознанным эмоциям» [Радиожурналистика, 2000, с. 106]. По образному замечанию болгарского журналиста М. Минкова, «радио заставляет глаз слышать, а ухо видеть» [Минков, 1987, с. 15].

В этой связи отсутствие признака зрелищности у радио (в отличие от телевидения) можно рассматривать не как недостаток, а как достоинство, благодаря которому радио рождает образы, заставляет терзаться чувствами, вызывает симпатии, антипатии, приятие и неприятие, отторжение и внимание. Радио является более интеллектуальным видом и каналом СМИ, чем телевидение. Способное передавать всю гамму речевой культуры человека (тембр, темп, интонацию, мелодику высказываний), оно заставляет слушателя ставить перед собой актуальные проблемы, мыслить, решать сложные нравственно-философские вопросы, связанные с процессом человеческого бытия.

Радио способно не только выражать идеи, мысли, чувства, мнения, но и заражать ими окружающих, убеждая, влияя на их взгляды, позиции, мировосприятие. Эффект убеждения, как важный психологический инструментальный вещания, обуславливает его интеллектуальную сущность, непосредственно связан с акустической, аудиальной природой радио.

Звуковая природа радио и стремительное освоение современными радиоканалами жизненного и временного пространства людей раскрывают основные свойства вещания: «Всепроникающая способность, огромная скорость в передаче информации, массовость и одновременно единичность обращения к аудитории определили масштаб распространения радиовещания, его значение в жизни людей и специфику общения со слушателями» [Смирнов, 2006, с. 109]. Исследователи выделили основные коммуникативные возможности современных электронных СМИ, в том числе радио. Важные составляющие информационного и коммуникативного влияния радио — массовость, доступность, оперативность, регулярность,

непрерывность его воздействия на аудиторию [Васильева и др., 2004, с. 12–14].

Массовость воздействия радиопрограмм заключается в масштабах охвата разных слоев аудитории. Практически для каждой социальной, демографической группы существует своя радиостанция. Любой вещатель передает информацию и сообщения с таким расчетом, чтобы они были понятными наибольшему количеству слушателей. И даже если формат радиостанции предполагает узкоспециализированную (целевую) аудиторию, принцип массовости выражается в адаптации радиосообщений и привлечении внимания как можно большего количества радиослушателей. Каждая радиостанция передает сообщения в таком стиле и в такой манере, чтобы они были понятны ее среднему, «среднестатистическому» слушателю с целью его удержания у радиоприемника в качестве постоянного слушателя как можно дольше.

Доступность радио связана с многообразием каналов радиокommunikации, с условиями слушания и с мощным фактором стремительного развития современной техники. Радиопрограммы можно слушать практически где угодно: дома, в дороге, на производстве. Огромное значение имеют новейшие средства коммуникации: Интернет, мобильная связь, портативные радиоприемники и планшетные компьютеры. Как правило, в любой точке мира любой человек по имеющемуся у него в данный момент каналу коммуникации может найти полюбившуюся ему радиостанцию.

Оперативность радио состоит в том, что это самый мгновенный источник общественной, политической, экономической информации. Радиовещанию нет равных в срочности передаваемых сообщений. Правда, Интернет в этом отношении «наступает на пятки» радио. Но оперативность глобальной сети имеет существенные препятствия. Во-первых, в новостных лентах поисковых систем иногда появляется непроверенная или некорректная информация. В случае когда такая информация не находит реальных подтверждений, она опровергается традиционными СМИ. Во-вторых, культура поиска и восприятия сообщений в Интернете — визуальная, зрительная, она требует больших фи-

зических и логических операций для ознакомления с известием. Пользователь Интернета вынужден внимательно вчитываться и вникать в представленные сообщения, т. е. затрачивать большое количество механических усилий, между тем как при прослушивании радиопрограммы расхода этого времени с лихвой хватило бы не только для восприятия, но и для полноценного осмысления передаваемого по радио сообщения.

Регулярность вещания заключается в постоянном времени выхода радиопрограмм в эфир. Сетка вещания с указанием точного времени выхода каждой передачи сформирована на государственных радиоканалах, частные (коммерческие) радиостанции работают согласно программному «колесу вещания», для звучания песен и музыки применяют технологию play-листов. В любом случае, благодаря неповторимости и особенностям эфира, форматной специализации каждой радиостанции, слушатель примерено предполагает, программы какой тематики и содержания он услышит в эфире. Регулярность выхода передач формирует привычку постоянного слушания эфира той или иной радиостанции.

Непрерывность воздействия радио составляют круглосуточные объемы вещания большинства радиостанций и возможности аудитории для фонового (невнимательного) прослушивания радиопередач. Радио не смолкает ни на минуту. Непрерывное вещание 24 часа в сутки — таковы объемы эфира многих современных радиостанций. Это связано не только и не столько с творческой задачей вещания, сколько с необходимостью охвата слушателей рекламной информацией.

Диалогичность — свойство любого канала массовой коммуникации, но именно на радио она усиливается признаками естественного живого общения, формирующего ткань акустического образа журналиста и героев его передачи. Вымышленной искусственной интонацией и неискренностью поведения у микрофона обмануть слушателя нельзя. Динамики радиоприемника всегда раскроют фальшивость настроения неискренного человека, его раздражительность, досаду, обиду, злость, ненависть. Радио со всей откровенностью передает слушателю психологическое

состояние участников программы, включенных в диалог, с помощью отражения их культуры речи, этики поведения у микрофона, интонации, темпа и тембра речи.

Как одна из основных тенденций радиожурналистики, диалогичность свидетельствует, что процесс общения посредством радиовещания является живым, динамичным, ориентированным на цельное отражение окружающей действительности: «Радиовещание распахивает двери аудитории в полифонию звучащего мира, отбирая, организуя, укрупняя его фрагменты, находя взаимосвязи и возвращая их аудитории. Авизуальная сущность этого коммуникативного канала, которая является его основным ограничителем в процессе социального общения, значительно активизирует слуховое восприятие, включает воображение и дает мощный толчок зрительным образам» [Там же, с. 10].

Диалог как сущностная, неотъемлемая часть любой коммуникативной деятельности пронизывает все сферы массовой коммуникации. Мастерство поддержания диалога в эфире целиком и полностью зависит от радиожурналиста, от того, насколько уверенно держит он бразды эфира. Поэтому он должен внимательно отнестись к программе: заранее подготовить вопросы для интервью, продумать структуру программы, проверить, хватит ли времени и сюжетов для заполнения эфира непрерывным вещанием. Непосредственный диалог в эфире рождает опосредованную — психологическую *реакцию аудитории* на звучащую передачу. В зависимости от степени успешности программы слушатель или остается у приемника, или выключает его, или переключает на другой канал вещания.

При подготовке радиопередач важно учитывать специфику их восприятия аудиторией. *Восприятие* — это механизм психики, позволяющий человеку распознавать обстоятельства и особенности окружающей действительности. В. А. Бачинин определяет восприятие как «способность психики к рефлекторному реагированию на внешние раздражители к побуждению индивида к соответствующим духовно-практическим действиям адаптивного или контрадаптивного характера. Базовым, физиологическим каналом восприятия является сенсорная си-

стема человека от рецепторов до коры головного мозга» [Бачинин, 2005, с. 64].

Органы чувств актуализируют, обостряют психологию восприятия предметов, явлений и их значений (феноменов), но сами по себе не расшифровывают сообщения. Поступающие человеку сигналы окружающей реальности расшифровывает мозг человека, а органы чувств — это «внешние» нервы человека, своеобразный транзитный поток, передающий известия о происходящем человеческому мозгу. Именно мозг принимает решения. Глаза (зрение) и уши (слух), как и другие органы чувств, принять осмысленные решения за человека не могут. Тем не менее под воздействием органов чувств на действия человека влияют неизменно сопровождающие любое известие *эмоции* (скоротечные впечатления, ситуативные психологические состояния) и *чувства* (обособленные устоявшиеся нравственные стереотипы относительно окружающего мира). Влияние на восприятие человеком информации, известий и событий по радио основано на логической и эмоционально-чувственной силе вещания. Она заложена в онтологической сущности эфира, присуща ему как специальному акустическому и риторическому способу отражения мира.

Восприятие человека имеет типичные характеристики и индивидуальные, свойственные конкретной личности. Звуковая природа радио усиливает *слуховое восприятие реальности*. Значение категории «восприятие» в системе воздействия радиопрограмм на слушателей отметил К. Ю. Новиков: «В широком смысле оно понимается как целостное отражение предметов, ситуаций и событий, возникающее при непосредственном воздействии физических раздражителей на рецепторные поверхности органов чувств. Однако в узком смысле восприятие рассматривается как особый вид отражения коммуникативной ситуации при воздействии вербальной информации (в данном случае радио). Будучи важным этапом познания, восприятие связано с мышлением, памятью, вниманием, воздействием, направляется мотивацией и имеет определенную аффективно-эмоциональную окраску» [Новиков, 2006, с. 7].

Невозможно представить себе мир без звуков природы, шума оживленной городской улицы, человеческой речи, технологических шумов, сопровождающих многообразную деятельность человека. Включенное, внимательное восприятие радиопрограммы и выступления радиожурналиста у микрофона предполагает активное слушание реципиентом, а поэтому влияет на его эмоциональное состояние. Как правило, любое сообщение массовой коммуникации наполнено эмоциональным контекстом, он вторгается в логико-эмоциональную сферу человеческого разума, рождает в сознании индивида новые эмоциональные контексты, вызывает чувственное отражение реальности.

М. В. Зарва отмечает: «Радио наделяет слушателей способностью проникать в чужое существование, касаться человеческого сердца. <...> Речь идет о лиричности радиопередач. Лиричность — это раскрытие в процессе общения со слушателем человеческой личности, ее мыслей, чувств, переживаний. Поэтому право на место у микрофона имеет лишь тот, кто несет в себе нечто значительное и нужное людям, кто может рассказать им о чем-то существенном и важном. Видение мира такими людьми, их впечатления, суждения, оценки представят для слушателя глубокий интерес, пробуждают мысль, доходят до сердца, побуждают к действию» [Зарва, 2011, с. 153].

Профессия радиожурналиста включает в себя различные грани творчества. Работа сотрудника радиостанции может быть представлена в самых разных амплуа: репортер (корреспондент), редактор, ведущий радиопрограммы, комментатор, обозреватель, программный директор, главный редактор. И каждой из этих сфер деятельности присущи особые профессиональные характеристики. В этой книге представлены требования к работе универсального радиожурналиста, т. е. такого профессионала эфира, который способен не только подготовить авторский текст сообщения для радио, но и отредактировать его, и выступить с ним в эфире.

Чувства и убеждения людей, которые затрагиваются или актуализируются радиожурналистами и радиопрограммами, могут быть этическими, нравственными, политическими, религиозны-

ми. Не только профессиональные навыки, но и специальное чутье, интуиция работника радио могут и должны подсказать ему, где и когда он не может переступить границу эмоций, чувств и убеждений своей аудитории. *Чувство такта, этика поведения* у микрофона — важные компоненты профессионального долга, профессиональной и личной совести и честности ведущего, репортера, комментатора.

Искусство и умение находить контакт с коллегами по редакции, ответственное общение с героями программ и репортажей, глубокое осмысление задач, функций и личной профессиональной миссии журналиста всегда помогают принять правильное взвешенное решение в любой трудной, экстремальной ситуации прямого эфира или во время записи сюжета на месте события.

Набор универсальных творческих навыков радиожурналиста включает в себя несколько характеристик. Это хорошая дикция и артикуляция; вербальные и коммуникативные способности (умение устанавливать контакт, вести разговор); способность длительное время выполнять работу в определенном темпе; способность удерживать внимание слушателей; наличие сильного голоса; высокий уровень развития словесной и логической памяти (долговременной и кратковременной); способность контролировать свои эмоции, сдержанность, тактичность, уверенность в себе, мобильность; способность к импровизации; способность переносить длительное эмоционально-психологическое напряжение.

Одна из особенностей творческого содержания журналистской профессии состоит в активном взаимодействии журналиста с социальной средой. Функционирование радио всегда ассоциируется со звучащим из радиоприемника словом, обращенным к многомиллионной аудитории и каждому слушателю лично. Поскольку аудитория радио воспринимает информацию на слух — аудиально, то задача радиожурналиста заключается в том, чтобы уметь преподнести информацию в эфире так, чтобы образ, создаваемый в сознании слушателя, был ясным и полным.

Язык, стиль, речевая культура, умение изложить свою мысль и раскрыть позицию другого, способность точно и ярко рас-

сказать о событии, передать факт, оценить и объяснить его — важные составляющие профессионализма. Названными обстоятельствами объясняется главное для работы на радио требование — совершенного владения словом, оно — основной инструмент журналистской деятельности у микрофона. Не имея навыков в работе с речью, не умея обращаться со словом, не соблюдая определенных правил вербальной деятельности, радиожурналист никогда не сможет оказать эффективного воздействия на аудиторию, не сможет осуществить профессионального — непосредственного общения с участниками передачи и опосредованного общения — со слушателями. Разрушается главное природное свойство ораторской природы радио — его диалогичность, нацеленность на актуальный и понятный слушателю разговор в эфире.

Правила *профессионального диалога* в эфире: подготовленный план, конспект или текст выступления, корректное и уважительное поведение у микрофона, естественные интонации, искренность, доверительное отношение к собеседнику и слушателям программы. Ни при каких обстоятельствах журналист, особенно работающий в прямом эфире, не может терять самообладания, раздражаться, грубо вести себя. Культура поведения радиожурналиста отражает культуру его личности, дает представление о степени его воспитанности, образованности, интеллекта. Диалог и культура общения в эфире способствуют активному взаимодействию радиожурналиста и слушателя, формированию доверия между радиостанцией и аудиторией.

Контрольные вопросы и задания

1. Охарактеризуйте природные характеристики радиовещания.
2. Какую страну и почему ученые считают родиной аудиальной коммуникации?
3. Какими коммуникативными возможностями располагает радио?
4. Какие психологические особенности надо учитывать при подготовке радиопрограмм и радиосообщений?
5. Назовите амплуа журналистской работы на радио.

ТЕМА 2

Становление радио как средства связи. Первые радиопередачи

Отечественная и зарубежная историография пальму первенства в развитии беспроводного радио отдает ведущим государствам мира, в числе которых значительное место в организации радиотехнического дела остается за Россией. Самыми сильными регионами становления радиотехники в нашей стране в начале XX в. были Санкт-Петербург, Кронштадт, Нижний Новгород, Казань и Москва. Именно здесь были сконцентрированы научный, кадровый, технологический и военный ресурсы для формирования технической базы *широковещания* — так в то время называли радио. Начиналось оно как средство связи, и только спустя несколько лет проявились его признаки как специфического (отличного от театра и кинематографа) вида искусства и невиданного для той поры средства массовой информации.

Кроме России первые национальные радиостанции получили становление и развитие в других развитых странах мира. В США первую экспериментальную радиопередачу осуществил Реджинальд Фессенден в 1900 г., в Париже — американец Ли де Форест в 1908 г. с Эйфелевой башни. Первая радиостанция в канадском Монреале открылась в 1918 г., в английском городе Чельсфорде — в 1920 г. В Австралии в 1918 г. первое радиотелеграфное сообщение было принято из Англии. Централизованное радиовещание в Германии берет начало с 1923 г. В японской столице Токио в 1925 г. стартовало экспериментальное вещание.

В 1876 г. американский исследователь, эмигрант из Шотландии, Александр Белл (1847–1922) запатентовал *радиотелефонную* (проводную) связь. Первоначально с ее помощью для ограниченной

аудитории прямо со сцены передавались оперные концерты. Изобретение телефонной связи раскрыло перед человечеством возможность переноса звуков с помощью электрического тока. Но, как и со многими новациями, не обошлось без судебного оспаривания права на патент. Защитить свое первенство на изобретение телефона пытался эмигрант из Италии *Антонио Меуччи* (1808–1889), еще в 1860 г. разработавший аппарат, названный им телеграфофоном. Справедливость восторжествовала только в 2002 г., когда Конгресс США принял резолюцию, согласно которой настоящим изобретателем телефона был признан Антонио Меуччи.

Телефония составляет основу современного *проводного радио* в России. Большой вклад в развитие проводного вещания в СССР внес главный инженер Московской городской радиотрансляционной сети (МГРС) Иван Александрович Шамшин. Он обеспечивал техническое функционирование проводных сетей с 1936 по 1987 г. Проводное вещание — это разработанная и получившая развитие благодаря советским специалистам уникальная система радиосвязи. Для рядового слушателя она предстает в виде радиоточек в многоквартирных и частных домах, громкоговорителей на площадях, улицах, радиоустановок на предприятиях и в организациях.

В настоящее время проводной радиосигнал принимают 96% московских квартир и 3 млн. 600 тыс. петербургских абонентов. Протяженность линейно-кабельных сооружений в Москве и Санкт-Петербурге составляет 16 тыс. км, волоконно-оптических соединений — более 5 тыс. км. Современная радиотрансляционная сеть России (ФГУП РСВО) имеет стратегическое значение для оповещения населения в случае возникновения чрезвычайных ситуаций. Сетевая инфраструктура страны дает возможность оповестить по радиоточкам и громкоговорителям о возможной чрезвычайной ситуации более 20 млн. человек. В Санкт-Петербурге кроме локальных и объектовых систем оповещения на предприятиях и в организациях в постоянной готовности находятся более 2800 уличных громкоговорителей и свыше 190 электромеханических сирен. Регулярно проводится проверка системы централизованного оповещения населения о чрезвычайных ситуациях.

Беспроволочное (радио без проводов) изобрел русский ученый *Александр Степанович Попов*¹ (1859–1905). Приёмник А. С. Попова открыл новую веху в системе средств массовой информации. Несмотря на споры о первенстве изобретения беспроводного радио, в нашей стране приоритет отдан А. С. Попову. О правильности этого подхода свидетельствуют разные факты.

Во-первых, автор будущего изобретения в раннем возрасте активно интересовался профильной сферой науки, что впоследствии позволило осуществить самое важное достижение его жизни. «Еще в школе будущий ученый и изобретатель уделял всё свое свободное время самообразованию в области физики и математики, выделяясь среди сверстников своими способностями и знаниями. В 1877 г. А. С. Попов поступил на математическое отделение физико-математического факультета университета в Петербурге. Несмотря на крайнюю материальную нужду и необходимость затрачивать много времени на добывание средств к существованию, А. С. Попов отдавал большую часть своего времени научным занятиям и вскоре обратил на себя внимание университетских руководителей: будучи студентом 4-го курса, он уже исполнял обязанности ассистента профессора, что было редким случаем в истории университета» [Берг, 1945].

Во-вторых, исследователь сделал свое открытие не в одно мгновение. Он кропотливо трудился несколько лет. «В 1883 г. он блестяще окончил университет и получил приглашение преподавать в Минном офицерском классе в Кронштадте, в то время единственном учебном заведении, готовившем специалистов-

¹ А. С. Попов (один из семерых детей в семье) родился в поселке Турьинские Рудники (Екатеринбургская губерния), ныне город Краснотурьинск Свердловской области. Отец будущего ученого был священником. В 1882 г. Попов окончил физико-математический факультет Петербургского университета и был оставлен в нем для подготовки к научной деятельности. А. С. Попов – преподаватель физики и электротехники Минного офицерского класса (1883–1901) и Технического училища Морского ведомства в Кронштадте (1890–1900); профессор физики (с 1901) и директор (с 1905) Петербургского электротехнического института. Почетный инженер-электрик (1900) и почетный член Русского технического общества (1901). Справка приведена по изд.: [Большая советская энциклопедия, 1975, т. 20].

электриков. Зная, что там имеется прекрасная физическая лаборатория и ценная библиотека, А. С. Попов отказался от других, весьма почетных и заманчивых предложений и переехал в Кронштадт, где наряду с преподавательской деятельностью стал вести большую исследовательскую работу в области электротехники» (URL: <http://mntores.inlife.ru/popov.html>).

Читая публичную лекцию в 1889 г., с учетом первых проведенных экспериментов в области радио, Попов сказал: «Человеческий организм не имеет такого органа чувств, который замечал бы электромагнитные волны в эфире; если бы изобрести такой прибор, который заменил бы нам электромагнитные чувства, то его можно было бы применять в передаче сигналов на расстояние» (URL: <http://mntores.inlife.ru/popov.html>). Эти сведения доказывают, что талант и первые достижения ученого проявились задолго до официальной демонстрации приемника, а значит, изобретение Попова было не случайным, а вполне закономерным и всемирно важным историческим событием.

25 апреля (7 мая по новому стилю) в 1895 г. А. С. Попов (на тот момент преподаватель физики и электротехники Минного офицерского класса в Кронштадте) выступил с докладом на заседании Русского физико-химического общества в Санкт-Петербургском университете² и продемонстрировал приемник — беспроволочное оборудование (грозоотметчик). В 1896 г. впервые с помощью точки и тире азбуки Самуэля Морзе на расстоянии 250 метров с использованием приемника была передана в эфир первая в мире радиограмма, состоявшая из двух слов: Генрих Герц. Это имя выдающегося немецкого ученого. Ему и английскому исследователю Джеймсу Клерку Максвеллу принадлежит первенство открытия электромагнитных волн, являющихся материально-физическим выражением беспроволочной радиосвязи.

² О содержании доклада Попова напечатано в газете «Кронштадтский вестник» от 30 апреля (12 мая) 1895 г., в «Журнале Русского физико-химического общества» в 1895 г., т. 27, вып. 8, часть физическая, и в 1896 г., т. 28, вып. 1, часть физическая [Большая советская энциклопедия, 1975, т. 20].

Современником, другом и коллегой по исследованиям Попова был радиотехник, автор более 30 работ по вопросам истории радио *Петр Николаевич Рыбкин* (1864–1948). Он был лаборантом и ассистентом Попова, преподавателем гальванизма и практической физики в Минном офицерском классе в Кронштадте. Именно Рыбкин передал по передатчику первую в России радиограмму — «Генрих Герц» (см. Прил. 1).

В 1899 г. в ненастную погоду военный корабль броненосец береговой обороны «Адмирал Апраксин» сел на камни у острова Гогланд. Для проведения спасательных работ была налажена радиосвязь между островом и материком. Под руководством А. С. Попова на острове была построена радиостанция. Она обеспечила работу первой в России постоянно действующей линии радиосвязи на расстоянии 41 версты. С помощью подошедшего к месту аварии ледокола «Ермак» броненосец стащили с камней и увели на ремонт в Кронштадт.

Конструкция Попова нашла дальнейшее применение на флоте. В 1903 г. радиотелеграфные приемники обеспечили дальность связи на расстояниях до 110 миль (около 200 км) между кораблями «Варяг», «Петропавловск», «Севастополь» и «Боярин». Оснащение кораблей Балтийского флота средствами радиосвязи проходило под руководством Попова. Не случайно именно Балтийский флот называют колыбелью отечественной радиосвязи.

Конкуренцию русскому исследователю беспроводного радио А. С. Попову составил проворный конкурент из Италии. Малоизвестный в научных кругах маркиз, молодой итальянский радиотехник и успешный предприниматель *Гульельмо Маркони* (1874–1937), в отличие от нашего соотечественника, в 1897 г. не только запатентовал беспроводное радио в Англии (патент № 12039), но и объявил в 1901 г. о налаживании радиосвязи между Европой и Америкой через Атлантический океан, за что ему была присуждена в 1909 г. Нобелевская премия по физике. «И хотя А. С. Попов все же получил в 1900 г. Золотую медаль на Всемирной выставке в Париже, на Эйфелевой башне с 1904 г. работал передатчик, который называли „Маркони“» [Кузнецов, 2005, с. 164].

В коммерческом продвижении радиосвязи как нового технического изобретения Маркони сильно преуспел. Его деятельность активно финансировалась английским правительством, крупные банки выделяли значительные кредиты. Работы в сфере радиосвязи Попова имели меньшую поддержку, потому что в России изобретение ученого Морское ведомство планировало использовать прежде всего в военных целях.

Из публикаций о деятельности А. С. Попова становится ясно, что ученый сознательно работал во имя своей страны и своего народа: «Я русский человек, и все мои знания, весь свой труд, все мои достижения имею право отдать только моей Родине, — говорил он. Хотя иностранные фирмы не раз пытались переманить талантливого ученого в свои лаборатории, суля ему огромные деньги и обещая прекрасные условия работы» (URL: <http://mntores.inlife.ru/popov.html>).

В XXI в. авторство опытов в сфере радиовещания и ряда других изобретений стали обсуждать относительно вклада в техническую науку выходца из Сербии, инженера и физика по имени *Никола Тесла* (1856–1943). В 1891 г. он описал и продемонстрировал принципы беспроводной радиосвязи, а в 1893 г. изобрел мачтовую антенну и волновой радиопередатчик. Научное наследие Теслы изучено слабо, хотя портрет исследователя изображен на сербских банкнотах, а в Белграде создан музей Н. Теслы. Не только на родине, но и в США, куда перебрался и где долгое время жил и работал этот ученый, ему установлены памятники.

Никола Тесла считается открывателем радиосвязи в США. Его экспериментальные разработки в этой сфере несколько опередили опыты А. С. Попова и Г. Маркони. Наряду с признанными достижениями Теслы в сфере исследований переменного тока, теории полей и резонанса его фигура связана с историями демонстрации прототипа электромобиля (1931 г.) и взрыва над Сибирской тайгой Тунгусского метеорита (1908 г.).

Изобретателем радиоприемника в России считается А. С. Попов. Его приоритет признан специальными комиссиями и электротехническими конгрессами. Последний раз это было подтверждено на Международной конференции, проходившей в

Санкт-Петербурге в 2005 г. [Познин, 2008]. В Северной столице, на Каменноостровском проспекте Петроградской стороны, Попову установлен памятник. На улице, названной в честь открывателя радио, в здании современного Электротехнического университета — ЛЭТИ расположены рабочий кабинет и музей-квартира первого выборного директора этого института. Как дань памяти на одноименной улице установлена мемориальная доска в честь научного и радиотехнического гения А. С. Попова.

В контексте вопроса первых опытов в сфере радиовещания важным представляется понять сам термин: что же такое *радио* в его физических категориях. И вот как отвечает на этот вопрос Л. Н. Никольский: «Радио, как один из способов беспроводной связи, реализуется на практике разнесенными в пространстве на какое-либо расстояние радиотехническими средствами передачи и приема радиоволн, использующими определенные свойства одновременно и геометрически разделяющей, и физически связывающей их части окружающей среды (пространства), т. е. точно так же, как например и в простейшем и в древнейшем виде беспроводной связи — голосовой, — голос и ухо человека используют такое физическое свойство среды (части пространства, заполненного воздухом), как способность атмосферы (газов и их смесей) передавать звуковые волны» (URL: <http://oldradioclub.ru/raznoe/hystory>).

2 мая 1945 г. Совет народных комиссаров СССР постановил отмечать ежегодно 7 мая (в день знаменитого доклада А. С. Попова) профессиональный праздник — *День радио и работников всех отраслей связи*. Это важная и очень значительная дата для всех, кто работает на радио или в сфере связи.

С момента конструирования приемников и опытов в сфере беспроводного радио стало понятно, что радиосвязь станет важным каналом доставки оперативных сообщений. В предреволюционные и революционные годы радиотелеграф использовался для информации и пропаганды царским и Временным правительством, советской властью. В 1914–1917 гг. из Зимнего дворца передавались распоряжения императора и правительства, радиogramмы на фронты. Принимаемые радиogramмы расшифровыва-

лись и затем печатались в листовках и военных газетах. Позже по этой же схеме распространялись постановления и декреты советского правительства. На этапе становления советской власти (1918–1921 гг.) основными поставщиками материалов для местной прессы была передача «Радиовестник РОСТА», включавшая в себя сводки оперативной информации.

В 1919 г. впервые в России не точка и тире С. Морзе, а речь человека была передана по радио опытно-экспериментальным путем. Голос дежурного инженера Нижегородской радиолaborатории слышали в Москве и Петрограде. Передача человеческой речи по радио ознаменовала начало его развития как нового вида творческой деятельности — средства информации и вида искусства.

Предшественниками массового вещания в России были *радиотелефонные передачи* в Казани и Москве. В 1921 г. инженерами Казанской военно-технической базы радиотелефонирования был сконструирован усилитель, благодаря которому разговор по телефону можно было передать через рупор наподобие граммофонной трубы. Рупоры были установлены на двух площадях Казани. 1 мая 1921 г. через них передавались тексты газетных публикаций.

В мае того же года громкоговорящая радиотелефонная установка была испытана в Москве: рупоры установили на балконе здания Моссовета. 17 июня Центральная радиотелефонная станция начала транслировать передачи на шести площадях Москвы. «Впервые уличные громкоговорители заработали в столице 17 июня 1921 года. Тогда для москвичей транслировали открытие III Конгресса Коминтерна. С этого дня ежедневно, с 21 до 23 часов, стали проводиться радиопередачи. В 1925 году в Доме Союзов был установлен первый, построенный в Советском Союзе, трансляционный радиоузел с центральным усилителем мощностью 1–3 Вт» [Иванюк, 2013, с. 30].

Содержание первых программ радио составляли телеграммы РОСТА (Российского телеграфного агентства), материалы из газет, лекции и доклады, «подготовленные специально для передач из студии, оборудованной на Центральной радиотелефонной

станции» [Радиожурналистика, 2000, с. 15]. Таким образом, *первые программы вербального характера, обращенные к массовой аудитории, появились в 1921 г.* Объем передач составлял 2 астрономических часа ежедневно. В ненастные дни передачи могли прерываться, потому что радиосообщения передавались по проводам.

В 1922 г. первый в стране радиоконцерт был передан Центральной радиотелефонной станцией в Москве. Звучала музыка П. И. Чайковского, А. П. Бородина, Н. А. Римского-Корсакова в исполнении мастеров Большого театра. В передачах Центральной радиотелефонной станции основное место занимали материалы из газет: выступления на политические темы, сообщения метеослужбы, новости экономической жизни и торговли, календари сельскохозяйственных работ, эпизодически — лекции на научные темы. Вплоть до 1924 г. устные радиосообщения представляли собой тексты, опубликованные ранее в периодической печати.

Контрольные вопросы и задания

1. Кого принято считать изобретателем проводного радио (радиотелефонии)?
2. Назовите русского изобретателя и год изобретения беспроводного радио в России.
3. Кто первым в мире запатентовал беспроводное радио как средство связи?
4. Когда и в каких городах Советского Союза впервые транслировались радиотелефонные передачи?
5. В каком году начали выходить первые программы вербального характера, обращенные к массовой аудитории?

ТЕМА 3

Регулярное радиовещание. Радио в годы Великой Отечественной войны

В 1924 г. было создано акционерное общество «*Радио для всех*». Его учредили Трест заводов слабых токов, РОСТА и Народный комиссариат почт и телеграфов (Наркомпочтель). Перед акционерным обществом были поставлены задачи: развитие радиопередающей и радиоприемной сети, популяризация идей радиолубительства, проведение лекций, выпуск периодических изданий.

Позднее общество получило новое название — «*Радиопередача*», одна из его функций — организация вещания. В уставе общества (был утвержден постановлением Совета труда и обороны) говорилось о праве с помощью радиостанций передавать и принимать публичные лекции, доклады, информационные сообщения, концерты, разного рода сведения и коммерческие объявления.

При участии акционерного общества «Радиопередача» 23 ноября 1924 г., в воскресенье, вышла в эфир первая 45-минутная программа «*Радиогазета РОСТА*». Она была звуковой копией печатного издания, которое читатели получили спустя 2 дня. Поскольку по понедельникам газеты не выпускались, переданная по радио информация выходила более оперативно. Опережающая печатные СМИ способность передачи сообщений была предусмотрена и заложена в деятельность редакции как один из основных принципов. Темы «Радиогазеты РОСТА»: новости науки

и техники, отзывы о театре, кино и книгах, спортивные и юридические сообщения, стихи, рассказы, частушки, ответы на письма слушателей.

В октябре — ноябре 1924 г. регулярные ежедневные радиопередачи начали выходить в России по беспроводной связи. Программы передавались из Москвы Сокольнической радиостанцией им. А. С. Попова и радиостанцией им. Коминтерна. Именно 1924 г. считается временем начала *массового радиовещания в СССР*. С этого момента радио все увереннее становилось новым самостоятельным видом искусства, получало признаки самостоятельного вида творческого освоения действительности, приобрело заметные грани как особый вид журналистского труда.

С 1925 г. акционерным обществом «Радиопередача» был обеспечен переход к постоянному расписанию радиопрограмм. Они стали выходить согласно точному графику, что стало прообразом сетки радиовещания. Быстрыми темпами велось строительство станций передающей и приемной радиосети. В Советском Союзе в 1924 г. существовало 10 радиостанций, в 1926 г. — 48, в 1928 г. — 65 радиостанций. Масштабное развитие получило строительство радиосетей на Украине, в Белоруссии, Закавказье, Средней Азии, Татарии, Башкирии и в других местностях. К началу 1928 г. вещанием была охвачена территория 2 млн. 940 тыс. квадратных километров. Суммарное количество радиослушателей достигло нескольких миллионов. Мощное техническое оснащение в период 1920-х годов обусловило в дальнейшем стремительное развитие радио как сферы творческой журналистской деятельности.

В июне 1925 г. при отделе агитации и пропаганды ЦК ВКП(б) была создана *Радиокомиссия*. Ей было поручено идейно-политическое руководство радиовещанием, координация работы по применению радио. С этого момента были поставлены задачи организации агитационного и культурно-просветительского широковещания с устройством необходимых передающих и приемных установок и радиофикации деревни [Радиожурналистика, 2000, с. 21]. С 1925 г. за деятельностью радиовещания был введен контроль Главлита (цензурного органа) и ГПУ (Главного

политического управления — органа государственной безопасности).

В конце 1920-х годов радио получило негласный статус главного идеологического и политического рупора государства. В 1928 г. акционерное общество «Радиопередача» было ликвидировано, управление радиовещанием было возложено на Наркомпочтель, создано Радиоуправление. В 1931 г. оно получило название *Всесоюзный комитет по радиовещанию* (ВКР), а с 1933 г. — Всесоюзный комитет по радиофикации и радиовещанию при Совете народных комиссаров СССР. С тех пор в профессиональном речевом общении работников радио используется термин *Радиокомитет*. Его создание способствовало уверенному развитию радиовещания в СССР и обеспечило управление вещанием на всех уровнях — в Москве, регионах и на местных студиях.

Большие технические возможности получило радио Ленинграда. В 1934 г. его Радиотрансляционная сеть была выведена из состава Широковещательного радиопузла, образована *Радиодирекция* Ленинграда, переданная в подчинение Наркомату связи СССР. Ленинградская радиосеть насчитывала к этому времени 51 тыс. радиоточек в домах горожан, а к началу Великой Отечественной войны были радиофицированы 459 тыс. домохозяйств. В довоенные годы ленинградские радиовещательные станции обеспечивали передачу программ центрального и местного вещания. Связные радиостанции обеспечивали радиотелеграфные связи с Москвой, другими городами СССР, со столицами ряда зарубежных стран, а также с морскими судами и самолетами во время дальних перелетов Чкалова, Громова, Леваневского (URL: <http://www.spb.rtrn.ru>).

Установленные радиоточки имели огромное значение для спасения жизней ленинградцев в годы блокады. По ним оперативно передавалась предупреждающая информация о бомбардировках и налетах немецко-фашистской авиации: «В самое тяжелое время блокады Ленинграда зимой 1941–1942 гг. система оповещения города работала четко и надежно. Каждый раз по приказу штаба МПВО (Местной противовоздушной обороны) дежурный Центральной станции прерывал вещание программы, включал

электропроигрыватель с грамзаписью текста тревоги, и тогда более тысячи громкоговорителей, 400 тысяч радиоточек разносили над городом вой сирены и речевой сигнал. Эту „симфонию“ дополняли 400 мощных электросирен. По окончании звучания грамзаписи включался метроном с учащенным ритмом 160–180 тактов в минуту. По миновании опасности по приказу штаба вновь включался электропроигрыватель, на улицах и в домах раздавался сигнал отбоя тревоги, сопровождавшийся звуками фанфар. Если вещание программ не велось, то вновь включался метроном с замедленным тактом 50–55 ударов в минуту» [Иванюк, 1913, с. 30–31].

С помощью учащенного звучания метронома радио предупреждало ленинградцев о воздушных налетах, передавало актуальную информацию о необходимости соблюдать светомаскировку, помогало жителям уберечь себя от бомбежек и артобстрелов: «Радио не умолкало ни днем, ни ночью. Любой ленинградец, проснувшись, по стуку метронома определял положение в городе, районе: медленный ритм — все спокойно, частые удары — тревога или артобстрел» [Радио. Блокада. Ленинград, 2005, с. 36].

Неоценимую роль сыграло радиовещание Ленинграда для укрепления морального духа жителей и защиты их от бомбежек. Огромное патриотическое и военное значение имели программы Центрального и Ленинградского радио в годы войны. В золотой фонд отечественного эфира вошли имена работников периода военного вещания. На Всесоюзном радио: Юрий Левитан, Ольга Высоцкая, Вадим Синявский. На Ленинградском радио: поэты и писатели Всеволод Вишневский, Николай Тихонов, Ольга Берггольц, Анна Ахматова, композитор Дмитрий Шостакович, радиожурналисты Моисей Блюмберг, Лазарь Маграчёв, Матвей Фролов (основатель первого корпункта Всесоюзного радио в Ленинграде), диктор Нина Федорова.

Вместе с фронтом и осажденным Ленинградом сражалось с фашизмом блокадное радио, ни на один день не прекращавшее вещание в годы войны. Живой голос радио помогал ленинградцам выживать и работать в осажденном городе, давал физические и

духовные силы, укреплял веру в победу. На блокадном радио готовились передачи для города и страны, на временно оккупированные территории для населения и партизан, велось вещание и на тылы противника на немецком и финском языках. Передавались репортажи о боях на Ленинградском и Волховском фронтах. Усилиями творческих работников была создана радиолента героического подвига блокадного Ленинграда. На магнитофонной пленке в документальной композиции «Вызываем прошлое на себя» запечатлены основные вехи защиты города (URL: <http://www.spb.rtrn.ru>).

9 августа 1942 г. впервые в блокадном городе Большой симфонический оркестр Ленинградского радиокomiteта под управлением дирижера Карла Элиасберга исполнил Седьмую симфонию Дмитрия Дмитриевича Шостаковича. 2 июля газета «Ленинградская правда» написала о том, что самолетом с Урала в Ленинград доставлена партитура Седьмой (Ленинградской) симфонии Д. Д. Шостаковича, и сообщила о предстоящем ее исполнении. Блокадная премьера, получившая всемирный резонанс, состоялась в Ленинградской филармонии. Грандиозное произведение транслировалось по радио. Бессмертную музыку великого композитора слушали жители блокадного города, солдаты и офицеры Красной Армии на фронте.

Как сказала Ольга Берггольц, «нигде радио не значило так много, как в нашем городе в дни войны». Передачи выходили ежедневно и начинались словами: «Слушай нас, родная страна! Говорит город Ленина. Говорит Ленинград». Для ленинградцев в то тяжелое время радио было не только важным источником информации, но и верным другом, единственной нитью, позволявшей им почувствовать пульс жизни города. Программы блокадного радио можно было слушать и в других городах Советского Союза — они шли в большой союзный эфир, и страна знала, что Ленинград не сдастся, что ленинградцы мужественно и героически сражаются с врагом.

В блокадном Доме радио, перешедшем, как и все ленинградские организации, на военное положение, Ольга Федоровна Берггольц практически каждый день обходила редакции, обща-

лась с сотрудниками. И хотя поэтесса работала в литературно-драматической редакции, она писала для всех отделов, была политруком Ленинградского радио. В 1946 г. вышла в свет книга Ольги Берггольц «*Говорит Ленинград*». В это издание включены выступления и передачи военного периода радио, а задумывалась книга 10 января 1942 г. в застывшем от холода блокадном Доме радио Ольгой Берггольц, художественным руководителем радио Яковом Бабушкиным и редактором литературного отдела Георгием Макогоненко (впоследствии профессором ЛГУ, исследователем русской литературы XVIII в., пушкинистом).

И вот что вспоминала Ольга Берггольц о деятельности Ленинградского блокадного радио: «Я счастлива, что и мне выпала честь принять участие в этой неповторимой непрерывной, честнейшей беседе воинов и тружеников Ленинграда, что очень многие мои стихи были написаны для радио — для Большой Земли на эфир, для моих сограждан. <...> Работа в Ленинградском радиокomiteте во время блокады дала мне безмерно много и оставила неизгладимый след в жизни моей. Всегда с чувством глубочайшей благодарности, уважения и любви буду вспоминать я эти нелегкие годы и весь трудолюбивый, скромный, поистине героический коллектив Ленинградского радиокomiteта» [Берггольц, 1985, с. 6].

В проникновенных стихотворных строчках Ольги Берггольц зафиксированы военные будни блокадного радио:

Здесь, как в бреду, все было смещено:
здесь умирали, стряпали и ели,
а те, кто мог еще
вставать с постелей,
пораньше утром,
растемнив окно,
в кружок усевшись,
перьями скрипели.
Отсюда передачи шли на город —
стихи, и сводки,
и о хлебе весть.
Здесь жили дикторы и репортеры,
поэт, артистки... всех не перечеть.

Значительными были потери среди коллектива сотрудников Ленинградского радио в годы войны. Яков Бабушкин погиб под Нарвой, Николай Верховский, Всеволод Римский-Корсаков, Алексей Мартынов, Владимир Волженин умерли от голода в феврале 1942 г., радиокорреспондент Анна Васильева убита на фронте во время командировки. Как написала Ольга Берггольц, «они были настоящими солдатами и людьми. Они любили Ленинград, труд, искусство, жизнь. Они сделали для победы все, что могли». Скромный и тихий человек, Ольга Берггольц была симпатична коллегам по блокадному эфиру, а для жителей города и всей страны ее голос стал примером стойкости и голосом осажденного, но героически сражавшегося и не покорившегося врагу Ленинграда. Практически каждый день Ольга Берггольц вела передачи по радио. Отзвуки трудной судьбы и грани ее невидимой, но крепкой блокадной связи с судьбами ленинградцев нашли отражение в ее поэме 1942 г. «Февральский дневник» [Берггольц, 1989]:

А город был в дремучий убран иней.
Уездные сугробы, тишина...
Не отыскать в снегах трамвайных линий,
одних полозьев жалоба слышна.
Скрипят, скрипят по Невскому полозья.
На детских санках, узеньких, смешных,
в кастрюльках воду голубую возят,
дрова и скарб, умерших и больных...
Так с декабря кочуют горожане
за много вёрст, в густой туманной мгле,
в глуши слепых, обледеневших зданий
отыскивая угол потешлей.
Вот женщина ведёт куда-то мужа.
Седая полумаска на лице,
в руках бидончик — это суп на ужин.
Свистят снаряды, свирепеет стужа...
«Товарищи, мы в огненном кольце».
А девушка с лицом заиндевелым,
упрямо стиснув почерневший рот,
завёрнутое в одеяло тело
на Охтинское кладбище везёт.

Не случайно Ольгу Берггольц ленинградцы называли блокадной музой. Прощедшая блокаду, она близко к сердцу принимала ее трагические события. Символично, что именно бессмертные строчки Ольги Берггольц высечены на священном для всех ленинградцев — петербуржцев мемориале Пискаревского кладбища: «*Никто не забыт и ничто не забыто*».

Легендарной личностью Всесоюзного радио и всего Советского Союза в период страшного военного лихолетья, накануне и после войны был диктор *Юрий Левитан*. Невысокого роста, щупленький молоденький парнишка родом из города Владимира, время от времени читавший по радио незначительные тексты технического (позднего) эфира, по велению всемогущего вождя И. В. Сталина в одночасье и на десятилетия вперед стал рупором самых важных партийных и государственных известий в нашей стране. Сталин, услышав голос молодого диктора, лично позвонил в радиокomitee и распорядился, чтобы самые важные партийные и правительственные сообщения теперь читал по радио именно Юрий Левитан.

С тех пор с голосом Юрия Левитана советские люди связывают период 1930-х годов, начало и борьбу Красной армии и советского народа против немецко-фашистских захватчиков во время Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. Положительное влияние радио и лично Юрия Левитана на патриотическое состояние нашего народа позволило сформировать непоколебимую веру населения в победоносное завершение войны. Это обстоятельство не могло не вызвать гнева в высших политических кругах противника. И оно было так велико, что германский фюрер Адольф Гитлер объявил советского диктора Юрия Левитана своим личным врагом номер один. Второе место среди личных противников кровавый диктатор отдал тогдашнему руководителю Советского государства — Председателю Совета народных комиссаров СССР И. В. Сталину.

Не случайно в отношении Юрия Левитана были приняты специальные меры безопасности. Мало кто знает, но значительный период войны Юрий Левитан вел свои «московские» передачи из эвакуации. Осенью 1941 г. он был эвакуирован в Свердловск

(ныне Екатеринбург). Находился под государственной охраной. Передачи вел из засекреченного объекта радиовещания. Студия располагалась в подвальном помещении. С целью сохранения режима секретности и противодействия вражескому пеленгу, передачи головной радиостанции ретранслировались десятками радиостанций по всей стране. Также на свердловской радиостудии Левитан участвовал в озвучивании документальных фильмов (они монтировались на этой же студии).

В 1943 г. Левитана секретно перевели в Куйбышев (ныне Самара), где в эвакуации размещался Радиокomitee. В период секретности о своем истинном местонахождении диктор не мог сообщить даже своим родным. Выпуски «От Советского информбюро» были основной частью военного радиовещания: «Всего за этот период радио передало 2,5 тыс. таких материалов, в том числе около 2 тыс. сводок и сообщений „В последний час“. Эти сводки и сообщения повторялись многократно в течение дня» [Ружников, 2005, с. 224]. Знаменитое сообщение о военной капитуляции фашистской Германии Ю. Левитан прочитал из резервной студии московского Кремля.

На Всесоюзном радио вместе с Юрием Левитаном работали дикторы Ольга Высоцкая, Борис Ляшенко, Владимир Герцик, Людмила Ларионова и др.

В послевоенный период диктор читал правительственные сообщения, вел прямые репортажи с Красной площади, из Кремлевского Дворца съездов. В 1960–1970 гг. выходы в эфир для Ю. Левитана ограничивают, поскольку его громогласный и патетический стиль ведения радиопрограмм вызывает у населения ассоциации с военными и чрезвычайными событиями — такое впечатление создается у руководителей радиовещания (и, вероятно, в высших эшелонах государственной власти). С тех пор знаменитому диктору поручали читать радиосообщения для жителей Приморья и Сахалина.

В 1978–1983 гг. ежегодно, в День празднования Победы над гитлеровской Германией, Юрий Борисович Левитан читал текст передачи «Минута молчания». Эта программа передавалась по всем каналам телевидения и радио в СССР. Кроме этого он вел по

радио передачу «Говорят и пишут ветераны». В 1980 г. ему присвоено звание «Народный артист СССР», ранее он был удостоен званий заслуженного и народного артиста РСФСР. И в мирное, и военное время его неоднократно награждали орденами и медалями.

Контрольные вопросы и задания

1. Расскажите о программе «Радиогазета РОСТА». Чем она отличалась от предшествующей передачи периода становления отечественного вещания — «Радиовестник РОСТА»?
2. Назовите год начала регулярного массового радиовещания в СССР.
3. Когда был организован Всесоюзный комитет по радиовещанию?
4. Охарактеризуйте особенности работы Ленинградского радио в годы блокады. Назовите сотрудников ленинградского Дома радио периода Великой Отечественной войны.
5. Расскажите о деятельности знаменитого диктора Всесоюзного радио Юрия Левитана и о его вкладе в победу над фашистской Германией.

ТЕМА 4

Послевоенное вещание. Радио в период перестройки общества

Быстрыми темпами развивалось послевоенное радиовещание. Это были годы освоения новой техники, создания новых программ, журналистских редакций и творческих коллективов. Еще несколько десятилетий подряд радио сохраняло лидерство в предпочтениях аудитории до тех пор, пока в 1980-х годах не вступила в свои полноценные права эпоха телевидения.

1964 г. стал переломным для советского вещания. По решению ЦК КПСС и Советского правительства появилась принципиально новая, во многом ориентированная на зарубежные вещательные стандарты информационно-музыкального вещания, радиостанция «Маяк». Так была поставлена и решена задача непрерывного круглосуточного оперативного информирования населения СССР о самых важных событиях внутри страны и за ее пределами. По отношению к прежнему стилю вещания это было очень свежее и необычное решение. Потому что в новой программе отечественного радио новаторским был сам принцип подачи информации: самые свежие новости передавались с интервалом в полчаса, а между новостями звучали эстрадные песни и популярные инструментальные композиции отечественных и зарубежных исполнителей и коллективов.

«Маяк» был создан как противовес западной радиопропаганде — радиостанциям «Свобода», «Свободная Европа», «Голос

Израиля», «Голос Америки», «Немецкая волна», «ВВС». В февральском (1984 г.) номере печатного юмористического журнала «Крокодил» на всю страницу была помещена карикатура художника Ю. Черепанова под названием «Радиопираты XX века», сопровождавшаяся следующим коротким текстом: «Ведущая Западом антисоветская, антикоммунистическая радиопропаганда превратилась в сущий разбой в эфире». Хотя и в техническом плане «вражеские голоса» специально глушили — на территории СССР работало оборудование по созданию искусственных помех в приеме радиосигналов из-за рубежа.

В 1963 г. в Москве, а в 1972 г. в Ленинграде было внедрено *трехпрограммное* проводное вещание. Причем ленинградские специалисты своими силами подготовили новую контрольно-измерительную и коммутационную аппаратуру, не имевшую на тот период времени промышленных аналогов. Отечественное радиовещание, и особенно Всесоюзное и Ленинградское радио, представляло собой мощную систему в организационно-техническом и профессионально-творческом плане.

В 1980-е годы по проводной связи на трехпрограммном приемнике можно было слушать соответственно *Первую* и *Вторую* программы Всесоюзного радио и музыкальное радио «*Орфей*». Сформировался мощный сектор отечественного радиовещания, включавший в себя передачи, интересные для всех категорий населения. Хотя многие радиопередачи имели адресный характер по содержанию материалов, они, тем не менее, были универсальны с точки зрения высоких требований любого слушателя. О разнообразии передач, выходивших на Всесоюзном радио, свидетельствует сетка вещания (см. Прил. 2).

В Ленинграде была организована и функционировала *стереофоническая* программа Ленинградского радио. В передачах этого канала звучала отечественная и зарубежная музыкальная классика в исполнении оркестров, снискавших мировое признание.

Горбачевская *перестройка* (1985–1991 гг.) способствовала особой популярности радиожурналистики. В транспорте и на отдыхе, на рабочих местах и за городом люди жадно прислушивались к радиосообщениям — своеобразному камертону стре-

мительно чередующихся общественно-политических событий в стране. Благодаря перестройке век радио получил новый импульс интереса слушателей. Провозглашенные правящей Коммунистической партией и Генеральным секретарем ЦК КПСС (впоследствии первым президентом СССР) М. С. Горбачевым принципы — *гласность* и *плюрализм мнений* — были с энтузиазмом встречены журналистским сообществом. Это обстоятельство не могло не повлиять на существенные, если не сказать тектонические, сдвиги в эфире.

Как отмечает В. Г. Ковтун, новое время потребовало иной тональности ведения передач и создания новых программ: «В течение многих лет на Ленинградском радио складывалась и сложилась своя четкая система вещательных программ и журналов, специализирующихся на освещении определенной тематики, рассчитанных на строго определенную аудиторию (возрастную, профессиональную и т. п.): радиожурналы „Наш современник“, „Здоровье“, „На страже порядка“, „Для верующих и неверующих“, радиосборник „Рабочая жизнь“, „Нива“, программа „Вечерние зори“, многолетний цикл „Социализм: общество, личность“. Слушатель знал эти программы, время и день выхода в эфир. Журналисты неплохо представляли себе запросы своих слушателей. Казалось бы, можно почивать на лаврах. Но новое время потребовало и нового разговора со слушателем. Кроме того, некоторые из названных программ и радиожурналов в чем-то исчерпали себя» [Ковтун, 1989, с. 54].

Утренний эфир был занят информационно-музыкальными каналами, где первую скрипку постепенно играли уже не дикторы Всесоюзного и регионального радио, а журналисты, редакторы, ведущие и репортеры, доносившие до аудитории новое дыхание новой эпохи, дававшие слушателям возможность нового измерения быстро меняющейся жизни.

Заметным явлением в эфире Ленинградского радио в 1985 г. стала ежедневная утренняя информационно-музыкальная программа «*Ленинградская панорама*». Ее первым редактором был Александр Матушевский. В 1990-х годах редакцию возглавлял Евгений Самарин. Событийные репортажи, интервью, корре-

спонденции, сообщения о погоде чередовались в эфире с популярными песнями и эстрадными композициями. Полноправным участником передачи наряду с диктором стал журналист-редактор, специально собиравший и готовивший программу в редакции в течение предыдущего дня и ночи.

Благодаря активному авторскому вмешательству репортеров и журналистов каждая передача получалась очень живой, динамичной, интересной и персонифицированной — информация наполнялась личностным восприятием и отношением, глубоким профессиональным осмыслением журналиста, усиливалась роль автора интервью, репортажа, корреспонденции. Журналист все чаще становился не просто частью коллектива редакции, а известной личностью, которую замечали слушатели благодаря постоянной тематической специализации репортера в эфире: экономика, политика, образование, культура, спорт.

Больше внимания стало уделяться программам на политические темы, и не случайно — ведь политика была определяющей для всех других сфер общественной и государственной жизни. В 1989 г. редактором политического вещания становится известный ленинградский радиожурналист Татьяна Анатольевна Трубачёва. В эпоху перестройки она вела вечерние публицистические передачи прямого эфира, ставшие заметным явлением на Ленинградском радио: «День за днем», «Свободная зона», «Город и горожане».

Т. Трубачёва работала старшим редактором и шеф-редактором парламентской редакции «Радиостудия „Контакт“». В этой программе освещалась деятельность Ленинградского Совета народных депутатов (Ленсовета) на самом актуальном этапе его работы — в начале 1990-х годов.

Это было время новых творческих поисков и нового типа личности журналиста. Авторская позиция и выступление ведущего, неординарность его личности у микрофона завораживали аудиторию открытым комментированием, откровенным мнением, возможностью прямого разговора со слушателями. Официальная идеология и «механические» голоса в эфире постепенно уступали место обычному человеческому общению, появились возмож-

ности прямого обращения к слушателю — без лишних купюр и оглядки на прежний, строго консервативный, опыт работы радиожурналистов. Стратегическая задача — привлечь внимание слушателя к радиоприемнику, расположить его к прослушиванию передачи. Возможность прямо и открыто говорить со слушателями Т. А. Трубочёва активно использовала в своих программах.

Происходившие в то время изменения нашли концентрированное выражение в следующей цепочке исследовательских наблюдений: «Появление „живого“ эфира, его влияние на вещательные программы Ленинградского радио. Отказ от устаревших форм вещания. Появление блоков вещания: утреннего — информационно-музыкальной программы „Ленинградская панорама“ и вечернего — блока „День за днем“. <...> Структурная перестройка редакций. Объединение в единую редакцию Главной редакции пропаганды и информации, называемую теперь редакцией информационно-публицистических передач. <...> Обратная связь формы организаторской работы. Вовлечение слушателя в дела общественные, государственные. Контактные телефоны — возможность отчетливо прослушивать пульс социальной и экономической жизни Ленинграда, области, страны» [Там же].

Кардинальные изменения во всей системе общественных отношений привели к существенным переменам в вещании. Усилилась роль ведущего как настоящего капитана эфира; вернулись к практике прямого вещания. Пожалуй, самыми важными изменениями в характере ведения передач стала акцентуация их *диалогичности* и опора на *межличностное общение* в публичном пространстве. Личность журналиста, редактора-ведущего, репортера, участника передачи, героя репортажа стала все чаще определять степень интереса к программе ее слушателей.

Эту особенность — влияние межличностного общения на вещание — отметил в 1989 г. В. А. Сидоров: «Новые отношения СМИ и аудитории вызваны к жизни сложившейся в ходе перестройки общественно-политической атмосферой, способствующей активному межличностному общению. Общение через СМИ носит публичный характер, но опосредованный газетой, радио,

телевидением. Между тем система межличностного общения исторически старше системы СМИ, она же стала и родоначальником СМИ. Сначала книги, газеты в определенной мере лишили человека самых привлекательных особенностей межличностного общения — эмоциональных и психологических аспектов, но затем радио и телевидение в некоторой степени компенсировали эту потерю, а сегодня мы стоим на пороге своего рода возрождения публичного межличностного общения через открытый и широкодоступный эфир радио- и телепрограмм. Возрождение, надо сказать, на новом историческом витке и в новом качестве. Ленинградское радио в ходе перестройки решительно изменило характер общественно-политического вещания и методы подготовки передач. Журналисты получили возможность работать в режиме „живого“ эфира» [Сидоров, 1989, с. 51].

Стремительные общественно-политические процессы кардинально поменяли историю развития, облик, содержание и восприятие слушателями радиопередач отечественного эфира. Схожие тенденции были свойственны не только радио, но всем видам СМИ, не могли они не затронуть и телевидение, где были интенсивнее, ярче, заметнее: «Еще никогда печать, телеэкран, радиоэфир не приносили нам такого широкого спектра мыслей, чувств, мнений. В диалогах, письмах и выступлениях слушателей, читателей и телезрителей сталкиваются позиции, вспыхивают споры, высказываются различные точки зрения. <...> Знаком времени становится модель общения с явно выраженными интересами обратной связи. Журналист не только представляет далекие от нас сферы, но и является нашим в них представителем („Монитор“ и особенно „Телекурьер“ дают четкое об этом явлении представление). Журналист в этих передачах не только рассказывает свое нашим языком, но и смотрит на свое нашими глазами, удовлетворяя нашу потребность в определенном знании. У журналистов, работающих в прямом эфире, появилась важная профессиональная черта — попытки по собственным своим ощущениям предсказать ощущения других людей, их интерес или скуку, драматизм восприятия или улыбку» [Осинский, Петров, 1989, с. 10–11].

Радиовещание было творчески «очеловечено» возвращением прямых эфиров, методом опоры на явную, даже нарочитую, диалогичность, методом акцентуации межличностного общения в процессе ведения передач, методом прямого контакта с аудиторией с помощью звонков в студию. В плане управления всеми СМИ началось их разгосударствление. Появилась возможность многообразия форм собственности в сфере печати, радио, телевидения.

Менялся и радиослушатель. Аудитория теперь уже разнообразного — многоканального и дифференцированного — вещания стала другой: она получила возможность выбирать из множества радиостанций свою любимую, которая соответствует ее интересам, настроениям, предпочтениям. В 1990-х годах в эфире появилось много новых вещателей.

Информационная радиостанция «Эхо Москвы» была создана в 1990 г. и почти сразу заняла особое место в эфире, поскольку через год выступила против ГКЧП. Сегодня «Эхо Москвы» — одна из крупнейших информационно-разговорных радиостанций. Главный редактор — Алексей Венедиктов. Контрольный пакет акций принадлежит холдингу «Газпром Медиа». От других радиоканалов вещание радиостанции отличается оперативностью и ярким публицистическим комментированием актуальных вопросов внутренней и международной жизни. В целом современные программы «Эха Москвы» наполнены, как правило, оппозиционными мнениями относительно действий президента России и системы действующей государственной власти.

Первой FM-радиостанцией в СССР считается коммерческая радиостанция «Радио Рокс». Была создана 12 января 1990 г. в Осло, столице Норвегии. Являлась русскоязычной и транслировала программы в основном на территорию Прибалтики. Стала «первооткрывателем» российского FM-вещания и первой в мире спутниковой радиостанцией. В 1991 г. радиостанция переезжает в Москву и расширяет (через российские спутники) охват территории вещания. К 1993 г. число городов-слушателей радиостанции достигает 35. Региональная студия «Радио Рокс» обустроилась в Петербурге в 1992 г., с 1993 г. начала готовить

региональные передачи, которые «включались» в сетку эфира головной станции, вещающей из Москвы.

Радиостанция «*Европа Плюс*» начала транслировать передачи своей московской студии в Санкт-Петербурге 12 января 1991 г. Любопытно, что изначально «Европа Плюс» была основана в сотрудничестве с Ленинградским телерадиокомитетом и местным телевизионным центром Министерства связи СССР. Вот как определил концепцию канала на этапе его становления президент компании «Европа Плюс» Жорж Полински: «Наш канал — это немного информации, развлекательные программы, легкая музыка и, конечно, реклама. Мы стремимся способствовать созданию хорошего настроения. Наши передачи рассчитаны на тех, кто в пути, на рабочем месте или на отдыхе» (Телевидение. Радио: программы передач. СПб. 1991. № 4. 26 янв.).

Первые региональные включения «Европы Плюс» состояли только из рекламных блоков. Первой передачей петербургской студии стала программа «Презент», составленная по письмам и телефонным заявкам слушателей. В 1993 г. радиостанция «Европа Плюс Санкт-Петербург» начинает информационное вещание: появляются вечерние новости и программа для автомобилистов «На улицах Санкт-Петербурга». Главный принцип вещания — «Меньше слов, больше музыки». Феномен успеха «Европы Плюс» в российском радиоэфире охарактеризовала председатель совета директоров группы компаний «КОМКОН» Елена Конева: «На заре нового века к нам из-за далекой тогда заграницы пришла „Европа Плюс“. Вполне естественно, что на несколько лет она стала бесспорным лидером. Западная музыка, привнесенная в нашу жизнь, позволила открыть культурные ворота» (URL: fmspb.dax.ru).

Радиостанция «*Балтика*» была образована в 1990 г., в январе 1991 г. начала вещание в диапазоне средних волн. «Сначала, — вспоминает А. Коренников, — крошечная студия, арендованная в доме радио на Итальянской улице, пара катушечных STM-ов венгерского производства и несколько бобин с музыкой — подарок от радио „Гамбург“... Первые месяцы „Балтика“ транслировала своеобразный „микс“ из поп-музыки и джаза с немецких пленок. Затем в студии появился кассетный магнитофон, и ведущие пу-

скали в эфир музыку из собственных коллекций» (URL: fmspb.dax.ru). В целом в эфире «Балтики» преобладал смешанный формат. Он включал в себя и англоязычную, и русскоязычную музыку. Основой музыкального формата служил джазовый стиль, но в эфир выходили и программы классического рок-н-ролла, джаза, реггей, ретро, хауса и других стилей.

В 1994 г. «Радио Балтика» стала первой радиостанцией, ориентированной только на русскоязычную музыку. До этого времени в эфире радиостанции «Балтика» выходила программа «Русский час», состоявшая из отечественных хитов разных лет. Новый проект, получивший название «Русский канал», был начат 29 октября 1994 г. прямой трансляцией из Большого концертного зала «Октябрьский» концерта певца Александра Малинина. Социологи отмечают, что в подавляющем большинстве стран радиостанции с музыкой на родном языке лидируют (URL: fmspb.dax.ru). На радиостанции создана собственная информационная служба, в программах которой каждый час сообщается о самых «горячих» новостях в стране, мире и Санкт-Петербурге. Радиостанция располагает собственной корреспондентской сетью в различных городах России, а также в Латвии, Литве, Эстонии.

Радиостанция «Модерн» (1993–2001), несмотря на свое недолгое существование в петербургском эфире, часто производила фурор в настроениях слушателей. Владельцы и директора радиостанции бизнесмены Сергей Николаев и Леонид Кукушкин сделали ставку на личности ведущих. «Для ведущих „Модерна“, — отмечает А. Коренников, — не существовало никаких рамок: ни тематических, ни этических, ни музыкальных. Станция сразу обрела свое „неповторимое“ лицо: она вызывала раздражение, она шокировала и этим выделялась. Одни сразу полюбили „Модерн“ и слушали везде: дома, в машине, в кафе и в магазинах. Другие критиковали, осуждали, ругали... Секрет успеха станции в том, что она была именно тем радио, которое слушатели, в основном, молодежь в тот момент хотели иметь — раскованным, откровенным, чуть вульгарным и в меру агрессивным» (URL: fmspb.dax.ru).

Радиостанция «Эльдорадио» начала работу в Санкт-Петербурге в марте 1996 г. Вещание станции с самого начала пользовалось

у слушателей популярностью. Каждый эфирный час завершался звучанием какого-либо знаменитого музыкального классического произведения. Политические новости передавались каждый час, спортивные — в вечернее время. Перед открытием радиостанции тщательно готовились к эфиру ее ведущие (Олег Алмазов, Александр Карташев, Светлана Болдина и др.). Большое количество рекламодателей было привлечено вследствие демпинговых расценок на рекламу.

В момент создания и на первом этапе функционирования радиостанцией «Эльдорадио» владел Джон Клуги, американец, эмигрант из Восточной Европы, хозяин сети отелей, ресторанов, кинокомпаний Orion Pictures Corporation, а также корпорации Metromedia International Inc. в США. Помимо радиостанции в Санкт-Петербурге Джон Клуги имеет радиостанции в Будапеште, Праге, Бухаресте, Москве, Сочи, Нижнем Новгороде, Владивостоке. Проект «Эльдорадио», реализованный для русской аудитории, можно рассматривать как успешный опыт применения в России западной модели коммерческого радио.

На втором этапе (с 2006 г.) «Эльдорадио» вошло в холдинг «Европейская медиагруппа». Эта медиагруппа представлена в Санкт-Петербурге радиостанциями «Европа Плюс», «Ретро FM», «Кекс FM». С момента включения в «Европейскую медиагруппу» эфир «Эльдорадио» стали составлять западноевропейские хиты — начиная с 1970-х годов и до наших дней. Как утверждают работники радиостанции, все песни на «Эльдорадио» проходят специальное тестирование среди потенциальных поклонников станции, поэтому в эфир попадают только самые лучшие композиции, приятные для слушателей в возрасте старше 25 лет. Радиостанция «Эльдорадио» приобрела характерный только для нее, самостоятельный стиль вещания и стала исконно петербургской радиостанцией.

Визитная карточка «Эльдорадио» — программа «Саундтрек», которая выходит в конце каждого часа. Программа придает «Эльдорадио» особенный шарм и серьезно отличает радио от остальных участников FM-вещания. «Саундтрек» — это краткий рассказ об истории создания одного культового фильма, который сопро-

вождается музыкальным фрагментом из кинокартины. Профессиональный подход к созданию музыкального формата и имиджа радиостанции позволил завоевать прочные позиции в Top-10 радиостанций Санкт-Петербурга. Еженедельно «Эльдорадио» слушают около миллиона петербуржцев, что составляет почти четверть всего населения города (URL: <http://eldorado.ru>).

Начало 1990-х годов привело к активному формированию сектора негосударственного радиовещания. С этого времени в нашей стране начал формироваться кардинально иной облик радиовещания.

Радио перестало быть исключительно государственным идеологическим рупором, переменив вектор развития в направлениях информирования, музыки, развлечений, эмоций и скандальности — в зависимости от видения вещания хозяевами эфира, в зависимости от редакционной политики и профессионализма сотрудников. В 1990-х годах в связи с политическими перипетиями и решениями (реакция новой демократической власти на деятельность ГКЧП) окончательно развалилось Гостелерадио, перестало существовать входившее в него Всесоюзное радио — 1 программа (позднее до 2010 г. называлось «Радио-1»). Сейчас на первой кнопке выходит в эфир «Радио России» (состоит в холдинге ВГТРК).

Существенно сократился штат работников, изменились передачи радио «Петербург» (бывшее Ленинградское — Петербургское радио). В техническом плане в 2010 г. в Москве и Санкт-Петербурге проводное вещание переведено с аналогового на цифровой сигнал, обновлены сети радиовещания.

В современном общероссийском эфире уверенно заняли свои ниши вещания радиостанции «Вести FM», «Бизнес FM», «Дорожное радио», в петербургском эфире работают радиостанции «Зенит», «Нева», «Кекс FM», православная радиостанция «Град Петров».

Контрольные вопросы и задания

1. В каком году в Советском Союзе начала работу радиопрограмма «Маяк»? Назовите цель ее создания.
2. Как повлияли демократические изменения в СССР в годы перестройки на структуру и содержание передач Ленинградского радио?

3. Когда началось вещание радиостанции «Эхо Москвы»? Каков стиль программ этого радиоканала сегодня?

4. В каком году начала вещание радиостанция «Балтика»? Как ее вещание отличается от других негосударственных радиоканалов?

5. Когда в Ленинграде появилась радиостанция «Европа Плюс»? Охарактеризуйте современный стиль ее вещания или любой другой коммерческой радиостанции.

ТЕМА 5

Выразительные средства радиожурналистики

Радиовещание — живой, динамично развивающийся организм. На каждом историческом этапе радио имеет отличительные тематические и проблемные характеристики передач. Человек у микрофона и человек слушающий — главные субъекты радиокommunikации. Но непременным условием успеха журналистской деятельности на радио является использование выразительных средств. Они выступают в качестве своеобразного строительного материала, применяются работниками радио для подготовки любой программы.

Традиционно к выразительным средствам радиожурналистики относят слово, шумы, музыку, монтаж. Они необходимы для формирования звуковых образов, ведь именно звуковой образ, ассоциативно возникающий в сознании человека в момент прослушивания программы, оказывает главное влияние на аудиторию. Значение звукового образа раскрыто в определении его понятия исследователями радиовещания: «Звуковой образ — это совокупность звуковых элементов (речи, музыки и шумов), создающих у слушателя посредством ассоциаций представление (в обобщенном виде) о материальном объекте, жизненном событии, характере человека» [Радиожурналистика, 2000, с. 140].

Ни одна передача радио не обходится без применения выразительных средств. Используются они комплексно, поэтому у радио-

приемника слушатель воспринимает их не как разношерстные, не согласованные друг с другом элементы вещания, а целостно, как единую программу, специально подготовленную и предназначенную для передачи по радио. В этом смысле выразительные средства становятся своеобразными «скрепами» каждой радиопрограммы.

Выразительные средства разделяются на две основных группы: природные (формообразующие) и технические (стилеобразующие).

К *природным* средствам выразительности относятся слово, музыка, шумы, документальные (внестудийные) записи. Природными средствами их называют потому, что они изначально, фактически присущи специфике радиовещания, существуют как ее неотъемлемые элементы, и не только в творческом арсенале радиожурналистики, но и в самой жизни любого современного человека. Другими словами, источником природных (формообразующих) выразительных средств на радио является сама жизнь, ведь именно из нее радио черпает свой эфирный (акустический) материал: речь людей, созданные ими музыкальные произведения, фрагменты природных явлений и общественных событий.

Слово — важнейший источник и компонент социальной коммуникации. Как выразительное средство слово выполняет информативную и эстетическую функции. Трудно представить себе человека и СМИ без возможности прямого, непосредственного общения с аудиторией. Для работника информационной редакции радио интенсивная скорость передачи сообщений предполагает необходимость максимально профессионального владения речевыми навыками. Однако слово не может существовать изолированно от контекста сообщаемого. Поэтому не менее важным для радиожурналиста представляется требование — всегда учитывать текущие события, находиться в курсе происходящего. Журналист, пропустивший важное событие, может совершить ошибку в его интерпретации, анализе и оценках.

Звучащее по радио слово обладает огромной психологической силой, воздействующим эффектом на аудиторию. Влияние сло-

ва усиливается благодаря его речевым характеристикам. Для выхода на радио с публицистическим выступлением, комментарием, обзором или очерком, чтением текста художественной литературной классики важны интонация, выделительные логические и выделительные эмоциональные ударения, выразительность, этика речевого поведения и эстетика (красота) речи. Слово раскрывает личность у микрофона: *что и как* говорит человек? насколько глубоко способен он проникнуть в смысл и суть сообщаемой информации? всё ли понятно слушателю в процессе коммуникации? Обязанность журналиста состоит не только в умении выступить перед микрофоном, но и в необходимости зарекомендовать себя в сознании слушателя как думающего и эрудированного человека.

В. В. Смирнов отмечает: «Слово в радиокommunikации представляет собой исходный материал и продукт целенаправленного речевого общения, подчиненного законам эфира. Звучащая речь несет в себе и смысловую, и эмоциональную нагрузку. Эти две функции звучащего слова неотделимы одна от другой, т. к. одновременно являются формой проявления и мыслей, и чувств» [Смирнов, 2007, с. 8].

Первоочередное право на слово в эфире имеют дикторы, актеры, журналисты и участники передачи. Правда, дикторов старой советской школы на радио почти не осталось. Это связано с переменившимися общественно-политическими, экономическими условиями, с тенденцией к жесткому форматированию вещания, с переменами в его программно-содержательном компоненте (существует деление на информационные, музыкальные, разговорные радиостанции).

Ленинградские, петербургские дикторы всегда стояли на страже речевой культуры, неизменно соблюдали этику речевого поведения у микрофона. В 1970–1990-е годы заметное влияние на общую практику ведения радиопередач оказали знаменитые дикторы петербургской школы Ростислав Широких, Регина Кубасова, Галина Колосова, Вадим Чернявский, Людмила Чаплинская, Марина Корнилова, Николай Болоцкий, Наталья Крылова.

Слово играет главную роль в процессе речевой коммуникации на радио. В информационном вещании очень важна интонационная и стилевая собранность выступающего у микрофона, большое значение имеет тональность общения со слушателями. Она может подчеркивать нейтральную позицию или выражать сомнение относительно сообщаемого.

В диалогических и дискуссионных передачах речь журналиста может быть ярче окрашена восклицательной или вопросительной интонацией. Контактостанавливающие элементы — приветствия, обращения к собеседнику и слушателям — надо соотносить с темой, проблематикой передачи, особенностями радиокommunikации и форматом вещания. Можно активно использовать выразительные средства речи: сравнения, метафоры, гиперболы, литоты и др.

В устной речи у микрофона вполне допустимы и даже желательны, с целью усиления эмоциональности воздействия на слушателя, специальные речевые приемы:

— инверсия (обратный порядок слов: друг за другом следует сначала сказуемое, а затем подлежащее; или — сначала определенное слово, а затем определение);

— парцелляция (паузы делаются между частями одного предложения с целью интонационного выделения главной мысли высказывания).

Высокий профессионал речи обычно уделяет внимание формированию собственного коммуникативного стиля. Можно придумать необычное приветствие и завершение передачи. Или использовать другой «фирменный прием»: блиц-опрос с неудобными или неожиданными вопросами собеседнику, оригинальный авторский анонс — представление передачи или ее рубрики в эфире. Выбор приемов, которые в ходе подготовки программ могут стать «фирменными», осуществляется самим журналистом, это его своеобразное «ноу-хау» — то, чего нет в программах других ведущих.

Музыка — незаменимый выразительный атрибут радиожурналистики. Она может выступать в эфире как самостоятельное инструментальное или песенное произведение, а может приме-

няться для оформления передачи. Многое из того, что невозможно сказать на радио словом, можно перевести на музыкальный язык. Музыкальные заставки дают сигнал о начале следующей рубрики или передачи, музыкальная отбивка отделяет друг от друга тематические или смысловые части программы. А чтобы создать слушателю настроение, в эфир передаются цельные музыкальные произведения с учетом формата — вкусов и пожеланий целевой аудитории радиостанции.

При подготовке больших по хронометражу программ не обойтись без фонового музыкального сопровождения: ведущий или журналист читает текст на специально подобранном к эфиру музыкальном фоне с целью привлечь внимание слушателей, акцентировать эстетические характеристики звучащего материала. Особенно сильно музыка воздействует на эмоциональную сферу радиослушателя. Е. П. Почкай пишет, что «музыка всегда выполняет эстетическую функцию, порождая в нашем сознании определенные образы, определенные настроения и эмоции, определенное отношение» [Почкай, 2000, с. 82].

К набору важнейших функций музыки как выразительного средства относятся также документальная, функция декорации действия, драматургическая и организующая. *Документальная* функция раскрывает ситуацию или фон того или иного события. Музыкальная запись, сделанная во время репортажа, может служить фоном программы. На него во время монтажа в студии накладываются слова журналиста, ведущего или участников передачи. *Декорация* эфирного действия с помощью музыки усиливает эмоциональное влияние, создает особый стиль, темп и ритм повествования. *Драматургическая* функция музыки проявляется в неожиданных способах ее презентации в эфире. С целью достижения интенсивности повествования могут быть использованы яркие композиции с быстрым звучанием мелодии, для создания эффекта трагизма будет использована минорная музыка, а чтобы «заразить» слушателя радостным настроением, прозвучит яркий, эмоционально красочный музыкальный материал. Технические компьютерные средства современных радиостанций позволяют накопить в их фонотеке больше количество необходимых музы-

кальных файлов. *Организирующая* функция музыки заключается в ее композиционно-структурных возможностях. Благодаря музыкальным позывным, заставкам и джинглам слушатель узнает свою радиостанцию, предпочитает понравившуюся ему передачу. Музыка в этом случае зачастую не просто выполняет оформительскую задачу, а подчеркивает проблемно-тематическую направленность программы, формирует ее аудиальный стиль, своеобразную тональность передачи. Авторы учебного пособия по радиотелевизионной журналистике выделили основные преимущества организующей функции музыки. Она позволяет «сохранить структурную целостность программы; обеспечить ее ритмическую заданность; поддержать современную тенденцию чрезвычайной компрессии информации; создавать благоприятный режим ее восприятия» [Васильева и др., 2004, с. 35].

Наиболее яркой иллюстрацией организующей функции музыки на радио может являться новостное вещание. По своей структуре новости жестко регламентированны. Например, в любом новостном выпуске «Радио России» в зачине программы всегда есть шапка — звучат сигналы точного времени и музыкальные позывные, затем на музыкальном фоне представляется анонс выпуска, после анонса звучит музыкальная отбивка, между информационными сообщениями могут даваться музыкальные джинглы (краткие позывные выпуска), спорт и погода зачастую передаются на музыкальном фоне. Как правило, каждый выпуск новостей завершается знакомым слушателю музыкальным фрагментом (позывными новостей).

Большое внимание музыке уделяется на всех радиостанциях. Например, на «Радио России — Санкт-Петербург» в прямом эфире многочасовой информационно-музыкальной программы «Невское утро» задача песенных музыкальных произведений — создать настроение слушателю в начале дня, т. е. выполняется функция декорации эфирного действия. А в вечерней программе «Пулковский меридиан» в эфире этой же радиостанции звучат в основном инструментальные мелодии и лишь отдельные музыкальные композиции с целью выделить главные темы передачи, подчеркнуть их актуальность, акцентировать внимание слуша-

телей на представлении нового сюжета или репортажа, т. е. музыка призвана выполнить организующую функцию. Но если в этих же программах музыка звучит не из студии прямого эфира, а в структуре записанного и смонтированного репортажа, она выполняет документальную функцию.

Размышляя об эстетической природе радиовещания, его художественных особенностях, своеобразии драматургии, А. А. Музыря отметила: «Радио — хранитель и популяризатор музыки. С его помощью можно представить себе все, что есть в нынешнем звучащем мире, богатство стилей и жанров музыкальной культуры прошлого и современности» [Музыря, 1989, с. 108].

Музыка, реализуемая в специфической акустической форме посредством специальных инструментов, созданных человеком на разных этапах становления культуры и цивилизации, представляет собой своеобразный мир звуковых средств, воздействующий на мысли и чувства людей. В классической энциклопедии отмечается: «Не обладая возможностью передавать точные понятия или фиксировать конкретную предметность явлений, музыка воплощает, главным образом, мир душевных переживаний человека, многообразную гамму его чувств и настроений. Но, раскрывая эмоциональную сферу, музыка выражает через нее и мир идей, передает разнообразные явления и процессы реальной действительности. Являясь одним из средств организации масс, формирования их духовной жизни, музыка активно влияет на общественную практику» [Малая советская энциклопедия, 1959, с. 278, 281].

Музыкальные произведения и их фрагменты выполняет в эфире множество функций. Одна из наиболее исчерпывающих характеристик функций музыки на радио дана в книге В. В. Смирнова. Согласно его положениям «музыка определяет темп и ритм текстовых отрывков, которые пишутся с учетом музыкального сопровождения; выражает психологическое состояние участников передачи; применяется в качестве художественного средства для создания целостного звукового образа» [Смирнов, 2007, с. 14].

Кроме этого музыка на радио применяется:

- в виде музыкальной шапки программы — характерных звуковых фраз, предназначенных для узнавания той или иной передачи в эфире;
- для отбивок между блоками в одной передаче;
- в качестве звуковой декорации, помогающей представить происходящее действие и охарактеризовать обстановку;
- с целью создания звукового фона, подчеркивающего ритм звучания речевого текста;
- для передачи звуковой атмосферы, помогающей описать ситуацию, состояние человека, а слушателю — представить их [Там же, с. 13].

Шумы — превосходный материал для создания журналистских репортажей и художественных программ — литературных и музыкальных, спектаклей радиотеатра. Шумы могут быть документальными, т. е. записанными на месте события, или студийными — специально подготовленными звукооператором или звукорежиссером с помощью технического оборудования непосредственно в студии.

Функции шумов и музыки как выразительных средств радиожурналистики описаны московскими исследователями. Они отмечают, что шумы и музыка применяются:

- для обозначения места и времени действия;
- с целью обозначения перемещения действия во времени и пространстве;
- для выражения эмоционального характера описываемого события;
- с целью выражения психологического состояния участников события или самого журналиста [Радиожурналистика, 2000, с. 153–154].

На радиостанциях есть фонотека записей музыки и шумов. В ней могут храниться:

- материалы фоновых звуков: шум улицы, гудение автомобилей, шум цеха, звук дождя, прибора;
- записи непродолжительных звуков (хлопанье дверью, звон разбитого стекла, взрывы, выстрелы, залпы) [Почкай, 2000, с. 89].

Значение шумов на радио В. В. Смирнов раскрывает через признак достоверности «изображаемого» в эфире события: «Шумы содержат и проявляют и выразительные, и изобразительные оттенки. Считается, что любой шум рождает в воображении слушателя определенные ассоциации, в некоторых случаях — зрительный образ его источника. Наиболее яркие характерные шумы могут представлять собой звуковую символику. Они воссоздают, рисуют своего рода „слуховую картину“, которая не только характеризует обстановку, ситуацию, но и формирует отношение слушателя к звучащему тексту, в первую очередь — к его достоверности» [Смирнов, 2007, с. 15].

Отдельную группу составляют интершумы. Они записываются в момент работы репортера на месте события. Как отмечает Е. П. Почкай, шумы придают передаче *жизненную правдивость*, а интершумы «нельзя считать формальной звуковой иллюстрацией, это неотъемлемая часть повседневной жизни человека, его звуковая среда» [Почкай, 2000, с. 87–88]. Особенностью интершумов является факт их заимствования из ткани реальной жизни, т. е. интершум не создается искусственным образом в студийных условиях, а служит акустическим доказательством состоявшегося события, зафиксированного в файле репортерского диктофона. Исследователи отмечают: «Под интершумом обычно понимается фоновый шум, записанный непосредственно при проведении интервью или при подготовке любого другого материала. Изъять такой шум из записи невозможно. Интершум, фиксирующий естественные звуки, дает ощущение реальности происходящего» [Ильченко и др., 2003, с. 83].

К *техническим* выразительным средствам относятся монтаж и способы звукообразования: реверберация, прием «буратино», звуковая мизансцена, голосовой грим. Их применение целиком и полностью зависит от использования при создании программ технического оборудования и требует специальных действий работников радио по звуковой адаптации исходного акустического материала с целью оптимальной подготовки передачи к звучанию по радио. В связи со значительным влиянием материально-технического фактора при создании программ эта группа

относятся к техническим (стилеобразующим) средствам выразительности.

Основные виды монтажа — последовательный и параллельный.

При *последовательном монтаже* структуру репортажа составляют отдельные звуковые фрагменты, которые имеют смысловую и эмоциональную завершенность, обладают самостоятельностью и внутренней логикой вне контекста всего радиосообщения. Звуковые эпизоды составляют архитектонику (главные части) произведения, и каждый следующий друг за другом эпизод может быть осознан и проанализирован слушателем.

Последовательный монтаж основан не на контекстном принципе связывания элементов повествования, а на структурно-организационном принципе, когда каждый фрагмент радиийного произведения обладает независимостью и самостоятельностью относительно других его фрагментов. Последовательный монтаж чаще всего применяется в аналитических и художественных передачах, имеющих, как правило, большой хронометраж.

При *параллельном монтаже* объединение различных по времени и месту фрагментов записанного события осуществляется в зависимости от творческой задачи и желания автора, звуковые фрагменты составляют готовое произведение согласно представлениям журналиста, детали события подчиняются волеизъявлению автора и ставятся в последовательности, которую он считает наиболее правильной для выполнения творческого замысла. Параллельный монтаж ориентирован на формирование цельного контекста радиийного произведения. Создавая его, автор опирается главным образом на интуицию в чередовании фрагментов (эпизодов) события. Они крепко ранжируются, составляют непрерывную последовательность, которая, в случае разрыва, нарушает возможность осмысления структурных частей радиийного текста.

Параллельный монтаж основан на интуитивных качествах репортера, именно интуиция помогает журналисту свободно расставлять фрагменты записи и чередовать их в процессе подготовки готового сюжета, независимо от того, в каком порядке развивались эпизоды события в момент репортажной (исход-

ной) записи. При параллельном монтаже эпизоды события не имеют самостоятельности и формируют неразрывную ткань повествования. Для правильного понимания сути и смысла события от слушателя требуется сосредоточенное внимание ко всему журналистскому произведению, а не к его отдельным эпизодам. Параллельный монтаж используется, как правило, в интенсивном новостном вещании, в жанрах информационного интервью, событийного репортажа, информационной корреспонденции, оперативного комментария.

Большое значение монтажа как технического средства выразительности в радиовещании позволяет выделить его общие законы и функции.

Закон материальной последовательности: необходимо не сумбурно, а постепенно и последовательно передавать следующие друг за другом фазы события. *Закон психологического напряжения:* в репортаже или сюжете надо создать такой эффект восприятия, чтобы слушатель ожидал следующую порцию сообщения, т. е. участвовал в процессе дальнейшего прослушивания передачи. *Закон драматического действия:* каждая порция информации должна нести слушателю новые образы и впечатления. Это достигается с помощью основных форм общения в радиокommunikации (диалог, полилог, монолог), благодаря методам психологического воздействия на слушателя (внушение, заражение, убеждение), путем чередования разных жанров и форм радиожурналистики.

Функции монтажа:

— *повествовательная* функция заключается в том, что любое событие после монтажа радиосюжета о нем представлено в эфире не обрывочно и мозаично, а в его развитии;

— *функция движения* — в том, что каждый фрагмент сообщения составляет действие, предстает в виде последовательности фактов, ситуаций всего события;

— *идеологическая* функция — в том, что любой монтажный фрагмент порождает мысль, наполняет монтированный материал конкретным идейным содержанием и оно, в результате осознанного и целенаправленного соединения частей журналистско-

го произведения, оказывает влияние на сознание и подсознание слушателя;

— *эстетическая функция* — в том, что соединяемые друг с другом части радиопроизведения формируют в сознании массовой аудитории определенные образы, настроения, эмоции, отношение к сообщаемым фактам и событиям.

Реверберация — это особый монтажный прием, искусственно созданное эхо. С помощью пульта звукозаписи звукорежиссер придает голосу человека дополнительную объемность, так называемый эффект эха. Реверберация применяется при монтаже художественных передач: программ радиотеатра, чтения в эфире прозаических и стихотворных произведений, специально предназначенных для передачи по радио. Классическое литературное произведение, наделенное художественными монтажными приемами, обретает неповторимый и особенный акустический образ. Текст, изначально созданный в письменной форме речи, воплощается в живом устном звучании, что способствует популяризации литературной классики и возможности акцентуации самых важных смысловых частей художественного произведения с помощью выразительных и коммуникативных возможностей радиовещания.

«*Буратино*» — художественный монтажный прием, когда, работая со звуковой дорожкой, звукорежиссер убыстряет или замедляет скорость речи выступающего. Впервые прием «буратино» был использован режиссером Всесоюзного радио Розой Иоффе при записи детского радиоспектакля «Золотой ключик, или Приключения Буратино». В сатирических жанрах радиожурналистики (фельетон, памфлет, эпиграмма) этот прием может использоваться для формирования шутливой или ироничной отношения к выступлению героя. Прием «буратино» в этом случае имеет комическое выражение. Такая монтажная подготовка передачи в студии дает возможность усилить и рекреативную функцию вещания. Однако если в случае технической неполадки с диктофоном в момент не студийной, а репортажной записи голос выступающего при его прослушивании «буратинит» — такая звуковая дорожка отбраковывается, т. е. в эфир не передается.

Звуковая мизансцена — художественный репортажный или студийный прием, при котором расположение микрофона по отношению к участникам события или записи меняется. Создается крупный, средний или дальний звуковой план. Благодаря этому голос одного человека может звучать на первом плане общения, голоса других участников — на других планах. С помощью звуковой мизансцены можно приближать или удалять репортажные шумы. Записанный в зале заседаний или в театре аудиальный материал с характерными шумами происходящего будет раскрывать и подчеркивать эффект присутствия репортера на месте события. Звуковая мизансцена — очень тонкий художественный прием, применять его надо с обязательным требованием проверки качества записи. В противном случае невнятно звучащая или записанная с большими помехами речь не может быть принята к эфиру.

Голосовой грим — монтажное выразительное средство, заимствованное из практики радиотеатра и передающее атмосферу события. Голосовой грим могут составлять шумы, зафиксированные на месте события, или подготовленные в студии отдельно от интервью и документальных фрагментов. Звукорежиссер использует различные фильтры (фоны) во время монтажа звука. Эти фоны «накладываются» на человеческую речь, способствуют созданию обстановки происходящего. Благодаря голосовому гриму ситуация общения иллюстрируется монтажным способом, повествование получает признак достоверности.

Благодаря шумам формируются звуковые образы. С их помощью в сознании слушателя создается ассоциативный ряд. Человек, слушающий передачу, представляет себе общую картину происходящего и оказывается активно включенным в повествование. Монтажные способы позволяют журналисту так рассказать о событии, как будто он сам находится в эпицентре сообщаемого, «переносит» себя в ситуацию и ставит себя на место действия героя, о котором рассказывает (футбольный матч, спортивные гонки, кабина вертолета, производственный конвейер и др.).

Активное применение средств выразительности способствует преодолению возможной монотонности и нежелательного

единообразия в звучании передач. Широкое применение выразительных средств делает программы интереснее и ярче, они сильнее увлекают слушателя, распахивают аудитории двери в полифонический мир радио. Благодаря профессиональному монтажу в золотой фонд отечественного и петербургского радиовещания вошли известные спектакли и детские передачи — «Клуб знаменитых капитанов», «Сказки-загадки» и др. До сих пор они остаются эталоном подготовки записных программ.

Все манипуляции со звуком в монтажной студии связаны с необходимостью достижения оптимального акустического наполнения передачи. Для подготовки передач-записей звукорежиссером в студии могут быть применены *специальные эффекты*:

— микширование — плавный переход от одного звукового отрезка к другому путем затухания одного звукового сигнала и постепенного появления другого;

— наложение музыки или шумов на слово без затухания сигналов;

— изменение скорости прокручивания звука «пленки», при этом голос становится тонким (при увеличении скорости звуковой дорожки) или очень густым (при замедлении скорости звуковой дорожки) [Там же, с. 81–82].

Радиомонтаж имеет много преимуществ: помогает очистить материал от лишнего, поднять или убавить уровень записи, наложить или смикшировать музыкальные и речевые фрагменты.

Но никакой монтаж не поможет исправить брак по звуку в случаях, когда:

— интервью записано на лестнице или на лестничной площадке (создается эффект сильного и неестественного эха, речь становится неразборчивой);

— запись осуществлялась в чрезмерно шумном помещении (слова собеседника «тонут» в посторонних шумах);

— интервью проведено в условиях сильного ветра, без ветрозащитной поролоновой оболочки для микрофона (ветер «задувает» слова выступающего, его речь неразборчива или плохо слышится).

Большое внимание необходимо уделять качеству студийных и внестудийных записей. Находясь на месте события, журналисту

надо позаботиться о том, чтобы исходный материал был записан с наименьшими помехами. Они могут быть вызваны источниками электромагнитного излучения — *наводкой*. Когда «кабель записывающего устройства находится близко от радиопередатчика, он начинает работать как антенна и даже принимать другие транслируемые передачи, заглушая нужный звуковой сигнал. Этот вид шума называется наводкой (перекрестным искажением). Внешние помехи (треск, шипение) могут также возникать при соседстве с линиями высокого напряжения, электрическими трансформаторами и мониторами» [Почкай, 2000, с. 99]. Репортеру необходимо предусмотреть возможные помехи при записи и заранее сориентироваться на месте события. Иногда единственным решением, чтобы исходная запись получилась без помех, может быть ее перенос в другое место.

Но и при записи программы в студии журналисту надо заботиться о том, чтобы его мобильный телефон, так же как и мобильный телефон участников программы, был выключен. Даже при включении режима «без звука» это устройство связи является источником электромагнитного излучения, и в случае появления сигнала в эфир пойдут неуместный шум, треск и шипение.

Работа с выразительными средствами на радио — творческий и увлекательный процесс. Начинающему радиожурналисту надо запомнить основные правила работы со звуком в репортажных и студийных условиях: «Поглощение звука зависит от размера помещения, свойств материалов, покрывающих стены, пол, потолок, мебель, от количества людей, типа штор и т. п. В помещениях с сильным эффектом эха (пустых с гладкими стенами) речь теряет разборчивость, а музыка звучит пространственно, расплывчато. В помещениях с задрапированными стенами, с мягкой мебелью или большим количеством людей поглощение звуковой энергии идет быстро, речь и музыка здесь звучат слишком глухо, звук лишается сочности, естественной окраски» [Ильченко и др., 2003, с. 78]. Уникальный звуковой материал, воплощенный в мощном арсенале средств выразительности — в слове, музыке, шумах и монтаже — требует знаний и навыков их применения.

В каком бы формате ни работала радиостанция, в ее эфире всегда можно найти выразительные средства — элементы формирования звуковых образов. В эфире музыкальных (радио «Орфей») и музыкально-развлекательных радиостанций («Эльдорадо», «Русское радио», «Европа Плюс») основным выразительным элементом является музыка; на информационных и разговорных каналах («Вести FM», «Бизнес FM», «Эхо Москвы») — слово; в репортажах радиоканалов общего вещания — «радио для всех» («Радио России») могут активнее применяться шумовые эффекты. Монтаж как техническое средство необходим для создания практически любой — информационной, аналитической, художественной — передачи, поскольку с его помощью исключается всё ненужное, лишнее, мешающее полноценному восприятию программы.

Монтаж требуется для тщательной подготовки передач, сюжетов и роликов, выходящих в эфир в записи. Яркими примерами записанных сюжетов, где всегда применяется монтаж, могут служить рекламные объявления и ролики, музыкальные позывные и отбивки. Конечно, ни один репортерский жанр: корреспонденция, репортаж, интервью, комментарий — не обходится без предварительной подготовки и монтажа. В нужное время они запускаются в эфир звукооператором или ведущим передачи. Исключение из требования заблаговременного монтажа — прямой репортаж с общественно-политического мероприятия, со спортивного матча или прямое телефонное включение в эфир корреспондента с места чрезвычайного события.

Экстренный выход в эфир, конечно, не означает, что журналист составляет информацию наспех, не готовится к эфиру. Напротив, такой ответственный вид работы, как выход в прямой эфир, требует от корреспондента радио максимальной собранности, заранее подготовленного текста, плана или тезисов своего выступления. Похвастаться прямыми эфирами без предварительной подготовки и монтажа могут немногие опытные радиожурналисты. Труднее всего выступать в прямом эфире в монологических жанрах корреспонденции или журналистского

комментария. Легче всего — в жанрах диалогического и полилогического профиля: интервью, беседа, дискуссия.

Почему же так важны для работника радио знания и навыки владения выразительными средствами? Современные радиостанции, особенно негосударственные, имеют малый штат сотрудников, поэтому для оптимальной и эффективной деятельности им нужны универсальные специалисты. Радиожурналисту надо уметь не только подготовить и произнести текст, предназначенный для радио, но и представить свой материал в эфире, смонтировать его и при необходимости добавить шумовые и документальные записи.

В текущем эфире, наполненном интенсивным вещанием информационно-музыкальных, развлекательных и аналитических радиопрограмм, выразительные средства занимают большое место, оказывают огромное влияние на аудиторию. Еще более значительное психологическое воздействие они оказывают на слушателя в авторских публицистических и в программах художественного вещания. Выступающий по радио публицист применяет практически весь арсенал эффективного взаимодействия со слушателем. Это выделительные и эмоциональные фразовые ударения, паузы, повторы, восклицательная или вопросительная интонация, общая тональность разговора и сила убеждающего слова, умение удерживать внимание слушателя у микрофона, вступать с ним в прямой и откровенный разговор на самые актуальные темы. Примером яркого публицистического диалога со слушателями можно назвать еженедельную воскресную программу «Поговорим с Михаилом Веллером» в дневном эфире «Радио России».

Золотой фонд художественного вещания радио хранит записи знаменитой программы «Встреча с песней» (автор Виктор Татарский). Сколько душевной теплоты, внимания к слушателю выражено в этой передаче! Уникальный тембр голоса, неторопливый, интеллигентно-сдержанный, но уверенный стиль разговора-размышления, разговора-откровения, неформальная работа с письмами слушателей из самых разных уголков страны, мастерское умение представить адресанта передачи и песню, по тем или

иным причинам редко звучащую в эфире, — всё это способствовало привлечению к приемнику многомиллионной аудитории слушателей.

Нельзя не сказать о сугубо музыкальных, литературных и театральных программах. Каждая из них бережно соткана из незаменимых для радио выразительных средств. Трудно себе представить успешное развитие и современное состояние радио без средств выразительности, они — ядро радиожурналистики и радиовещания. Известные театральные постановки для радио, концерты, выступления дикторов и актеров создали огромную фонотеку радио, самые известные драматургические передачи вошли в систему хранения Гостелерадиофонда.

Радио способно очень тонко и четко фиксировать факты и явления окружающей действительности. С помощью средств выразительности и звуковых образов радиовещание поддерживает в сознании слушателя многообразный ассоциативный мир предметов, действий и эффектов воссоздаваемой в эфире реальности.

Контрольные вопросы и задания

1. Назовите виды выразительных средств радио. Какова их роль в радиожурналистике?
2. Расскажите о значении слова как выразительного средства радио.
3. Охарактеризуйте функции музыки как выразительного средства радиовещания.
4. Расскажите о возможностях использования шумов в радиопередачах.
5. Дайте развернутую характеристику видов монтажа на радио.

ТЕМА 6

Структура и функции радиовещания

Цели управления радиовещанием на разных этапах исторического развития различались. Дольше всего система отечественного радио существовала в качестве крупной и многие годы единственной государственной организации радиовещания (1924–1991 гг.), что во многом определялось политическими требованиями времени и особенностями управления всеми сферами народного хозяйства в социалистической системе.

До 1991 г. управление радиовещанием (так же как и телевидением) в нашей стране представляло собой жестко регламентированную и централизованную структуру. Изменения в организации и управлении радиовещанием, значительное повышение его роли и статуса в общественно-политической жизни страны во второй половине XX в. свидетельствовали о его укреплении как мощного самостоятельного вида СМИ, показали его неоспоримый приоритет для полноценного обеспечения информационных потребностей населения.

Назовем основные этапы структурных изменений в системе руководства радиовещанием.

1931 — решением ЦК ВКП(б) создан Всесоюзный комитет по радиовещанию (ВКР) при Наркомате почт и телеграфов.

1933 — Радиокomitee преобразован во Всесоюзный комитет по радиофикации и радиовещанию при Совнаркомe СССР.

1946 — Всесоюзный комитет по радиофикации и радиовещанию при СНК СССР преобразован в ВРК при Совете Министров СССР (в связи с преобразованием СНК в Совет Министров СССР).

1949 — Советом Министров СССР принято решение о преобразовании Всесоюзного комитета по радиофикации и радиовещанию при СМ СССР в Комитет радиоинформации (внутреннее вещание) и Комитет по радиовещанию при СМ СССР (для слушателей зарубежных стран).

1953 — радиовещание подчинено Министерству культуры СССР. В его составе созданы Главное управление радиоинформации (внутрисоюзное радиовещание) и Главное управление радиовещания (на зарубежные страны).

1957 — создан Государственный комитет по радиовещанию и телевидению при Совете Министров СССР.

1962 — Госкомитет по радиовещанию и телевидению при СМ СССР преобразован в Государственный комитет Совета Министров СССР по радиовещанию и телевидению.

1965 — Госкомитет Совета Министров СССР по радиовещанию и телевидению переименован в Государственный комитет по радиовещанию и телевидению при СМ СССР.

1970 — Комитет по радиовещанию и телевидению при СМ СССР преобразован в союзно-республиканский Государственный комитет Совета Министров СССР по телевидению и радиовещанию.

1978 — создан Государственный комитет СССР по телевидению и радиовещанию (Гостелерадио СССР).

1990 — организованы Министерство печати и массовой информации РСФСР и Всероссийская государственная телерадиокомпания.

1991 — Постановлением Совета Министров СССР организована Всесоюзная государственная телерадиокомпания и Всесоюзный совет по телевидению и радиовещанию.

1991 — Указом Президента РФ Б. Н. Ельцина от 27 декабря 1991 г. ликвидированы Министерство печати и массовой информации РСФСР и Министерство печати и информации СССР. Создано Министерство печати и информации РСФСР. Всесоюзная

государственная телерадиокомпания ликвидирована. Создана Российская государственная телерадиокомпания.

Названные решения во многом повлияли как на прежнее, так и на нынешнее состояние отечественного радио, определили точки наивысшей популярности радиовещания и точки его стремительного разорения и упадка. Рубежи 1970–1980-х годов как будто по инерции еще оставались за радиовещанием. Оно не сдавало своих позиций, но стремительное развитие телевизионной техники и массовое распространение многопрограммного телевидения неминуемо привели к взрывному интересу населения к телевизионным программам. Процесс децентрализации радиовещания в 1990-х годах имел как положительные, так и отрицательные стороны. Для радиожурналистов Ленинграда трансформации в структуре управления отечественным радио ознаменовались событием — Ленинградское радио перешло на самостоятельный канал вещания.

Старейшая — *Первая программа Всесоюзного радио* — официально просуществовала с 1924 по 1991 г. Именно на этой радиостанции работал знаменитый диктор Юрий Левитан, выходили передачи «Театр у микрофона», «С добрым утром!», «Радионяня», «Клуб знаменитых капитанов», «Пионерская зорька», «Полевая почта „Юности“», «Встреча с песней», «Служу Советскому Союзу!» и др. Затем радиоканал носил название «Радио-1 Останкино» и «Радио-1». Акционирование (во второй половине 1990-х годов) не спасло бывшее Всесоюзное радио, несмотря даже на то, что крупнейшим акционером «Радио-1» стала принадлежащая Иосифу Кобзону компания «Московит».

После закрытия в 2010 г. «Радио-1» — бывшей Первой программы Всесоюзного радио (до 1991 г. входила в структуру Гостелерадио СССР) радио «*Петербург*» (бывшее Ленинградское — Петербургское радио) является старейшим из ныне вещающих в России радиоканалов. Передачи радио «Петербург» можно слушать в диапазоне УКВ и по третьей кнопке радиотрансляционной сети в Санкт-Петербурге и Ленинградской области.

Управление телерадиовещанием в СССР базировалось на принципе вертикально интегрированной структуры. С 1978 г.

существовал Государственный комитет СССР по телевидению и радиовещанию. Гостелерадио представляло собой своеобразное Министерство, ведавшее общими вопросами функционирования телевидения и радио в СССР. Основные компетенции Гостелерадио: финансовое, техническое обеспечение теле- и радиовещания, тематическое планирование программ. Местные комитеты регулярно готовили передачи о жизни республик, краев, областей и для собственного, и для Всесоюзного вещания.

Основные правовые вопросы решались нормативными документами союзного правительства и Гостелерадио СССР, которому правительство предоставило соответствующие полномочия. Гостелерадио входило в единую систему государственного управления. Его полномочия были закреплены в специальном положении. Все телерадиовещательные СМИ страны входили в единую систему Гостелерадио.

Работа местных телерадиокомитетов по тематике, жанровой структуре передач, времени ежедневного выхода в эфир координировалась с программами Всесоюзного вещания.

Значительное место в эфире Ленинградского радио занимали передачи Всесоюзного вещания. Ленинградские передачи занимали третью часть всего эфирного времени — для передач Ленинградского радио отводилось 6–7 часов ежедневно.

С 1970–1980-х годов проблематика вещания охватывала все стороны общественной жизни, передачи радио адресовались всем социальным и возрастным категориям слушателей. Место в эфире занимали информационные, публицистические, музыкальные, литературные передачи, передачи для молодежи, детей и юношества, для любителей спорта, для жителей села: «Сокровища нашей фонотеки», «Читают дикторы Ленинградского радио», «Пятнадцать минут поэзии» (литературные), «Невская волна», «Ленинградские театры — юношеству», «Пионерский вестник», «Камертон» (для молодежи, детей и юношества), «Ленинград спортивный», «Спортивный дневник» (для любителей спорта), «Вечерние зори», «Сельскохозяйственный комментарий» (для сельских жителей).

В блок постоянных передач Всесоюзного радио входили: «Последние известия», «Международный дневник», «Обзор газеты

„Правда“, «По страницам центральных газет», «Время, события, люди», «В странах социализма», «Ленинский университет миллионов», «Служу Советскому Союзу!», «Концерт для воинов», «Международные обозреватели за „круглым столом“», «Юность», «Ровесники», «Музыкальная шкатулка», «Радионяня», «С добрым утром!», «Вам, труженики сельского хозяйства» и др.

Эфир 1980-х годов строился по принципу «слоеного пирога». Программы Ленинградского радио чередовались с передачами Всесоюзного эфира. Тем не менее отношение к ленинградскому вещанию всегда было особым. Объемы регионального вещания в системе Гостелерадио зависели от масштаба региона и уровня профессионализма журналистов. Во многом он поддерживался благодаря возможности журналистов стажироваться в Институте повышения квалификации для работников телевидения и радиовещания в Москве.

Радиожурналист Татьяна Мартыненко отмечает: «У Ленинградского радио был самый большой объем местного вещания. По сравнению с другими регионами, радио имело неплохое техническое оснащение, организационную самостоятельность. Многие программы радио передавались во Всесоюзном эфире, на всю страну, поскольку очевидным и признанным был высокий уровень ленинградской радиожурналистики. У Ленинградского радио был самый большой объем местного вещания. По сравнению с другими регионами, радио имело неплохое техническое оснащение, организационную самостоятельность. Многие программы радио передавались во Всесоюзном эфире, на всю страну, поскольку очевидным и признанным был высокий уровень ленинградской радиожурналистики»¹.

Хотя в современной общественной жизни передовые позиции занимают телевидение и Интернет, радиовещание по-прежнему остается важным каналом среди других средств массовой информации и мощным средством эмоционально-психологического воздействия на аудиторию. Радио играет важнейшую, а подчас

¹ Архив Ю. В. Ключева, 2004.

и ключевую роль в системе СМИ России. Это объясняется тем, что исторически радио было главным источником информации, особенно «в глубинке».

Современное отечественное радиовещание развивается в условиях основных факторов его функционирования — экономического, политического и творческо-тематического.

Экономический фактор «диктует» радиостанциям коммерческую направленность их вещания, т. е. на любой радиостанции независимо от формы собственности, как правило, есть рекламные сообщения. Реклама на радио (особенно в регионах) — это не только способ заработать деньги, но и возможность выжить в тяжелых финансовых условиях. Политический фактор влияет на информационную повестку дня радиостанций, формирует содержание критических выступлений радиожурналистов. Главный критерий политического фактора — яркая, запоминающаяся публицистика, непохожесть одной радиостанции на другие, дифференциация программ, журналистов и экспертов по направленности дискуссий и комментирования. Творческо-тематический фактор раскрывает своевременность и правильность отбора сообщений для текущего эфира и профессиональный статус работников радио — их способность готовить передачи и сюжеты на высоком профессиональном уровне, с учетом жанровой специфики конкретного радиосообщения.

Факторы радиовещания определяют его структуру. Вещательная структура подчинена современным требованиям функционирования радиостанций как предприятий по производству массовой информации. Практически для всех радиоканалов актуальны вопросы рентабельности и прибыльности, форматной тематики, конкурентоспособности и рыночной ликвидности. В этой связи экономический и политический факторы становятся определяющими для содержания передач практически любой радиостанции.

Создание крупных холдингов в государственном и негосударственном секторах российских СМИ стало важной приметой текущего положения дел в сфере радиовещания. Сформировался, с одной стороны, мощный сектор государственного вещания и,

с другой стороны, мощный сектор олигархического коммерческого вещания. Телевизионные каналы являются локомотивами пяти крупнейших холдингов, но в каждом из них достаточно широко представлены радиостанции.

В структуру *Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании (ВГТРК)* входят каналы: «Радио России», их региональные вещатели (филиалы), а также радиостанции «Маяк», «Вести FM», «Радио Юность» (ЮФМ), «Радио Культура». Холдинг «Газпром-медиа» представлен радиоканалами «Эхо Москвы», «Авторадío», «Радио Romantika», «Сити-FM», «Детское радио», «Comedy Radio», «101.ru» (крупная онлайн-радиостанция; включает в себя около 200 интернет-каналов разных стилей и направлений), «Relax FM», «Юмор FM», «Радио Energy» (NRJ). *Европейская медиагруппа (ЕМГ)* включает в себя радиостанции: «Европа Плюс», «Ретро FM», «Радио Спорт», «Радио 7», «Кекс FM», «Радио Рекорд», «Эльдорадио». В *Национальную медиагруппу (НМГ)* входит радиоканал «Русская служба новостей» (FM-радиостанция и одноименное информационное агентство). В составе холдинга *Русская медиагруппа* есть радиостанции «Русское радио», «ХИТ FM», «Радио MAXIMUM», DFM, «Радио Monte Carlo».

Журналисты, как правило, следуют идеям учредителей и руководства радиостанций, проводят в жизнь соответствующую информационную, программную, смысловую политику, прежде всего в интересах своих собственных редакций. Даже в том случае, если вещательная, информационная политика закреплена негласно, «по умолчанию». Принцип свободы мнений и демократического развития предоставляют возможность высказывать различные точки зрения в эфире каждой отдельной радиостанции.

Однако актуальной проблемой остается создание независимых от власти и олигархического бизнеса общественных радиоканалов. До сих пор в России в полной мере не создано и не функционирует общественное радиовещание, хотя опыт организации общественного телевидения — канала ОТР (с 2013 г.) имеется. Возможности использования статуса автономных некоммерческих организаций в сфере теле- и радиовещания используются пока очень слабо. Хотя опыт и содержание вещания ряда радио-

каналов очень близки к общественному стилю подачи сообщений. Например, общим интересам страны и всего социума посвящены программы «Народного радио» (вещание осуществляется из Москвы).

Если обратиться к историческому опыту, можно отметить ряд важных изменений, происшедших в структуре отечественного радиовещания. В 1980–1990 гг. произошла существенная реструктуризация, реорганизация политических, экономических, социальных отношений в обществе, что повлекло за собой изменение в подходах и требованиях к радиовещанию, трансформацию представлений о его задачах и функциях. Нельзя не согласиться с общей оценкой состояния отечественного вещания, данной исследователями. Несмотря на критичность, она в достаточной мере объективна и отражает реальную действительность: «В новый век отечественное радио входит как сложившаяся система общенациональных (федеральных), региональных и местных каналов, различающихся по охвату аудитории, типам собственности, направленности и форматам вещания, популярности у слушателей. Вместе с тем радиовещание продолжает развиваться в условиях жесткой конкурентной борьбы, коммерциализации и криминализации рынка средств массовой информации, в том числе и электронных, столкновения профессиональных, экономических и политических интересов» [Засурский и др., 2003, с. 209].

Актуальность вопроса об эволюции радио на переходных этапах развития социума можно показать, сопоставив выводы исследователей о его прошлом и настоящем. «Редакционная структура общественно-политического вещания, — отмечает В. В. Смирнов, — копировала отделы парткомов (для лучшего управления и контроля парткомами всей вещательной деятельности), это накладывало отпечаток и на направления, и содержание передач, рубрики, подбор выступающих у микрофона — носителей официальной идеологии» [Смирнов, 2000, с. 35].

Обращаясь к новейшей истории отечественного радиовещания, можно уверенно сказать, что трансформации в радиийной практике произошли одновременно с трансформациями в обще-

ственно-политической системе России. «К началу нового тысячелетия, — отмечает Л. А. Болотова, — политические, экономические, социальные, иные преобразования в стране привели к глубоким сдвигам во всей системе СМИ, появлению многообразных форм собственности (от государственной до частной), широкого спектра новых направлений вещания, форм журналистики, к внедрению новых технологий, связанных со вступлением в информационное общество» [Болотова, 2005, с. 147].

Развитие современного радиовещания характеризуется его деполитизацией и экономической свободой, с одной стороны, и низким уровнем исполнительского мастерства — с другой, как с точки зрения композиции, содержания и подачи информации, так и с точки зрения моделей речевого поведения у микрофона журналистов, диджеев, приглашенных участников передачи.

В 1992 г. В. Н. Ружников указал на тенденцию деинтеллектуализации радиовещания: «Современное радиовещание, отвернувшись от собственной истории, пытается изобрести велосипед, теряя качество и интеллектуальность, всегда отличавшие радио от других средств массовой информации» [Ружников, 1992, с. 33]. Многие из профессиональных требований, предъявлявшихся в прошлые годы к работникам радио, оказались в современном, главным образом коммерческом, радиовещании заниженными. Как отмечает Л. А. Болотова, «на многих станциях утрачена высокая культура, которой отличалось отечественное вещание. Даже на популярных станциях можно встретить непрофессионально, плохо и невнятно говорящих ведущих» [Болотова, 2005, с. 161].

Таким образом, наблюдается противоречие между широкими правами и свободами, в которых функционирует современное радиовещание, и качеством предоставляемой аудитории продукции.

Можно согласиться с характеристикой современного вещания, данной журналистом «Радио России» Леонидом Азархом: «Лихорадочное дыхание прямо в микрофон перед началом каждой новой фразы, неумение интонационно окрасить по-разному сообщения радостного, грустного или даже тревожного плана, бесконечная тавтология, особенно в прямых выходах в эфир, бесчисленные оговорки на протяжении самого короткого эфирного

отрезка. И это лишь малый и далеко не полный перечень бед» [Азарх, 2005, с. 180–181].

Критические замечания можно отнести как к региональным, местным, так и к общенациональным радиостанциям, их журналам, диджеям, участникам передач. Структурно-организационные, творческие изменения, последовавшие в отечественном радиовещании, можно назвать революционно-эволюционными. Облик, звучание, реалии существования радио претерпели значительные перемены.

Современные аудиовизуальные СМИ в России интегрированы по горизонтальному принципу: каждое СМИ осуществляет деятельность свободно, на основе действующего законодательства. Телерадиовещательные компании взаимодействуют между собой как самостоятельные предприятия.

Несмотря на существенные структурные изменения, состоявшиеся на рубеже XX–XXI вв. в системе подчинения и организации отечественного радиовещания, связанные прежде всего с политическими изменениями в нашей стране, функции радио существенных трансформаций не претерпели.

Функции — своеобразный фундамент вещания, они составляют его сущностные и ролевые характеристики. Система функций представляет собой набор задач, раскрывающих, чем радио является в реальности — какие обязанности выполняет, каковы сегменты его деятельности: как оно практически работает, какие результаты (эффекты) воздействия на аудиторию ему свойственны.

Назначение функций массовой коммуникации на радио заключается в исполнении совокупности обязанностей и задач по совершенствованию деятельности общественных отношений и механизмов. Под *функционализацией* радиожурналистики можно понимать выполняемую субъектами информационно-коммуникативных отношений конкретную работу, повседневную деятельность.

Функции массовой коммуникации в радиовещании особым образом (с помощью логических и эмоциональных акустических средств: вербальных, пара- и экстралингвистических) за-

действованы в обеспечении непрерывного процесса познания человеком окружающей его действительности.

Функции радиожурналистики можно разделить на три основных блока: 1) информационные функции; 2) функции регулирования общественных отношений (социального контроля); 3) культурно-просветительские функции.

1. Блок *информационных* функций реализуется прежде всего в передачах новостей на радио, в информационном вещании. Новостные программы на информационно-разговорных и общественно-политических радиостанциях общей направленности (формат «радио для всех») составляют своеобразный «скелет» эфира. Вокруг них выстраиваются все другие передачи — аналитические, художественные, спортивные, детские. Значение информации в современном мире трудно переоценить. Она составляет ткань общественной жизни, влияет на принятие важных решений в политике, экономике, оказывает воздействие на повседневную жизнь людей. Информация диктует принятие определенных решений, формирует представление об окружающей действительности. Собственно информационная функция раскрывается на примере информирования массовой аудитории обо всех значительных и важных событиях в мире, стране, регионе. В основе информационной функции радиожурналистики всегда находятся: 1) новость — сообщение о ранее неизвестном событии, явлении; 2) факт — действительно невымышленное, состоявшееся или планирующееся, реальное событие. Ядром любого информационного сообщения является событийный, информационный повод. Это означает, что событие заслуживает внимание журналистов и аудитории благодаря самому факту происшедшего (спонтанное, неподготовленное событие) или благодаря тому, что событие еще произойдет (если оно носит запланированный характер).

К собственно информационной функции примыкает рекламная функция. В экономике рекламу называют двигателем торговли. В радиовещании реклама — важный компонент для формирования бюджета и доходов радиостанции. Эффект воздействия рекламы заключается в формировании такого ассоциативного мышления в

сознании слушателей относительно товаров и услуг, которые привели бы к устойчивой психологической установке на их приобретение. Сегодня практически нет радиостанции, где не звучала бы реклама, она становится частью программной политики радиостанции. Отбор и стиль рекламных сообщений, их расстановка в эфире влияют на целостный звуковой образ радиостанции и его восприятие слушателями. Отсюда возникают обоснованные требования к рекламной информации на радио. Реклама должна быть своевременной, этичной и добросовестной (полной и правдивой).

2. Блок задач *регулирования общественных отношений* составляют функции: коммуникативная, интегративная, функция выражения и формирования общественного мнения, воспитательная, агитационная, пропагандистская, организаторская.

Коммуникативная, или функция общения, — важнейший компонент обеспечения функционирования всей системы социальных отношений. Общество как целостное единство индивидов, групп, социальных институтов и учреждений, функционирует благодаря сформированным правилам общения.

Массовая коммуникация и в частности радиовещание обеспечивает, на основе сформировавшегося культурного опыта, возможность коммуникации между всеми субъектами социального процесса. Функция коммуникации реализуется с помощью формирования коммуникативного пространства. Его можно понимать как обусловленное социальными навыками пространство общения, диалога с целью взаимопонимания и учета интересов разных социальных групп. Передачи-диалоги, передачи-дискуссии, аналитические программы показывают огромные возможности коммуникации в радиовещании.

Привычным явлением современного открытого и живого эфира на многих радиостанциях стали инструменты *интерактивности*: выступления и звонки в редакцию слушателей, их текущие сиюминутные отклики на происходящее в студии и даже формирование вектора разговора или корректировка тематики передачи. В том случае, конечно, когда формат передачи и сам ведущий позволяют слушателям вступать с ним и с участниками программы в открытый диалог.

Участие экспертов, многочисленные интервью делают дискуссионные программы украшением эфира, потому что сами представители общества участвуют в их создании. Коммуникативная функция обеспечивает конструктивный созидательный обмен мнениями между разными субъектами общественных отношений.

Интегративная функция заключается в возможностях радиожурналистики привлечь внимание социума к самым актуальным вопросам общественной и политической жизни. Самим фактом звучания актуальной проблематики в эфире общество мобилизуется на принятие правильных решений относительно различных социальных явлений. Это формирование среди населения непримиримого отношения к коррупции, поддержка усилий государства по борьбе с распространением наркотиков, привитие гражданам представления о необходимости поддержания своего самочувствия и здорового образа жизни и многие другие вопросы.

Интегративная функция способствует сплочению населения вокруг значительной и требующей общих усилий социально значимой задачи. Результат единения общества — его синергетическая консолидация в совместных поисках решений и преодоления существенных проблем. Радио как оперативный и вездесущий канал позволяет объединяться большим и малым социальным группам и принимать взвешенные решения относительно поставленных задач.

Функция *выражения и формирования общественного мнения* заключается в онтологических характеристиках вещания. Хотя эфир невозможно увидеть (с точки зрения физики материальным выражением радиовещания являются электромагнитные колебания), он обладает ценнейшей способностью аккумулировать, наращивать и представлять массовой аудитории смысловые акценты текущего общественного развития.

Общественное мнение под воздействием СМИ возникает благодаря тому, что самые важные и полезные мысли индивидов и групп относительно актуальной общественной проблематики превращаются в набор упорядоченных представлений о разных

сторонах социальной жизни. Участвуя в радиопередачах, известные публицисты, экономисты, общественные и политические деятели, эксперты и сами граждане становятся активными субъектами общественного процесса, а значит выражают не только свое личное, но и общественное мнение, формируют и его векторы, и общую направленность социального мышления, социального осмысления действительности.

Воспитательная функция заключается в возможностях радиовещания формировать разносторонне развитую личность человека у приемника, давать ему примеры моделей поведения, т. е. те примеры профессионального и творческого самовыражения людей, которым он мог бы подражать в своей собственной жизни. И в этом смысле воспитание относится не только к детям, подросткам, юношам и девушкам. Это и влияние на взрослую аудиторию, прежде всего художественными передачами познавательного содержания: концертами, спектаклями, сообщениями из мира науки и технологий, из опыта образования, культуры, спорта. Воспитание личности средствами радиожурналистики — незаметный, очень трудоемкий и очень хрупкий процесс, потому что плохой воспитатель не может воспитать достойную и полноценную личность, а вот сломать, травмировать ее, насадить в ней зерна цинизма и зла — таких примеров воззрения на жизнь в современном, особенно коммерческом вещании, к сожалению, очень много.

Агитационная функция выражается в способности радио призывать население участвовать в тех или иных общественных или политических мероприятиях. Реализуется с помощью ярких призывов, слоганов, девизов. Агитация на радио может быть представлена в виде кампании по благотворительной или добровольческой помощи, как участие в различных праздничных мероприятиях, в качестве призыва прийти на выборы. Может осуществляться и с помощью средств социальной рекламы: призывы вести здоровой образ жизни, соблюдать чистоту на улице, призывы преодолевать барьеры в общении и помогать людям с ограниченными возможностями и др.

Пропагандистская функция реализуется путем распространения идей, идеологий, политических программ и любых других

типов мировоззрения (мифологическое, религиозное, научное — диалектическое, социологическое). Сущность пропагандистского влияния радиовещания заключается в том, что оно способно не просто отражать мировоззрение индивидов и групп, но и распространять и формировать соответствующие мировоззренческие типы среди разных слоев населения. В условиях демократического развития типы мировоззрений всегда дифференцированы, каждый исторический тип мировоззрения имеет право на социальную практику, цензура на высказываемые в рамках законодательства убеждения и мнения не допускается, поэтому опасность доминирования одного мировоззрения над другим сведена к нулю. В радиожурналистике роль пропагандистов выполняют публицисты, эксперты, экономисты, общественные и политические деятели.

Пропаганда выражается через публицистику. Отличие публицистики от других видов передач на радио — их монологический характер, глубокое авторское осмысление, своеобразное индивидуальное проживание и переживание публицистом общественной и политической проблематики. Главные публицистические жанры — комментарий, интервью-монолог, очерк, композиция, радиофильм. Публицистика всегда обладает пропагандистским психологическим эффектом, и не потому, что она соглашается с властью, а потому что публицистика дает обществу новый срез действительности, новые точки ее осмысления. Пропагандистское ядро в публицистике обнажает острейшую и актуальнейшую проблематику общественного развития, вот почему публицистика всегда находится на нерве социального и политического взаимодействия.

Организаторская функция определяет ключевую роль радиожурналистики в управлении общественными процессами. Как любой сложный социальный организм, общество скрепляется юридическими нормами, принципами развития, правилами общения, этикой и культурой публичного взаимодействия. Механизм трансляции писаных и неписаных норм социальной жизни заложен в основе любого канала коммуникации.

Радиовещание транслирует для людей модели их поведения и упорядочения их жизни. Радио знакомит слушателей с рабо-

той различных учреждений, предприятий и организаций всех форм собственности, с деятельностью органов государственной власти, руководителей разных уровней и, конечно, с жизнью обычных граждан. Так радио обеспечивает эмпирическое (практическое) знание общества о самом себе. Этот специфический вид знания необходим всем членам социума для эффективного существования и развития всех компонентов социальной системы: государства, власти, бизнеса, общественных институтов. Организаторская функция особенно ярко проявляется в периоды различных испытаний на прочность всей социальной системы.

Это могут быть такие события, как чрезвычайные происшествия, аварии и катастрофы, террористические акты, митинги и шествия. Организаторская функция вещания заключается не только в том, чтобы рассказать или предупредить общество о происходящем, но и в том, чтобы разъяснить явные и скрытые механизмы общественных событий и процессов. Организаторская функция работает на выполнение вполне конкретных задач — социальной организации (упорядоченности), социального регулирования и социального контроля общественных отношений.

Триаду функций «агитация — пропаганда — организация» часто относят исключительно к политическим функциям СМИ. Это представление является исторически обоснованным и базируется на классической ленинской формулировке: «Газета — не только коллективный пропагандист и коллективный агитатор, но также и коллективный организатор» [Ленин, 1976, с. 11]. В условиях демократического развития данные функции выходят за пределы только политической их детерминанты. Хотя, безусловно, политическая составляющая названной функциональной триады является стержневой и доминантной.

3. Блок культурно-просветительских функций составляют эстетическая, просветительская и развлекательная (рекреативная) функции.

Эстетическая функция позволяет человеку ориентироваться в безграничном мире искусства, безошибочно различать его прекрасные и безобразные качества, отделять друг от друга высокое и низкое в любом произведении культуры. Радиовещание

не только способно ответить на эти важные вопросы эстетической ценности и полезности искусства для человека (например, в жанре рецензии), но и с помощью своих выразительных средств дать образцы, эталон высокого и низкого в литературе, музыке, скульптуре, архитектуре, живописи (в жанрах радиоспектакля, радиопостановки, концертного исполнения по радио). Радиовещание становится не только барометром эстетики как специфического измерителя произведений искусства, но и популяризатором особенного эстетического вкуса, привить который на основе шедевров отечественной и зарубежной классической музыки и литературы способно само радио. Так радиожурналистика и радиовещание воспитывает в человеке его эстетические чувства.

Просветительская функция проявляется в возможности создавать на радио обучающие, образовательные и познавательные передачи. По радио транслируется исторический, научный, литературный материал. Аудитория получает возможность познакомиться с достижениями науки, техники и технологий, путешествовать по разным странам и континентам мира. Узнать новое, открыть сокровище, заглянуть в непознанный мир предметов и явлений — такие безграничные просторы открывает для слушателей просветительская функция радиожурналистики. Просвещение означает, что на различные факты, жизненные обстоятельства окружающей человека действительности проливается свет истины. Просветительскую функцию невозможно реализовать без правдивого ее воплощения в эфире.

Развлекательная (рекреативная) функция — одна из самых популярных в радиовещании. И относится она не только к коммерческому вещанию, но и к любому другому, потому что в основе развлечения лежит принцип отвлечения человека от проблем и забот реальной действительности, а также принцип релаксации — возможности отдохнуть от навязчивой суеты цивилизации. Развлечение в этом плане часто выполняет для человека компенсирующую, восстановительную задачу. В этом заключается парадокс развлекательной функции — она «лечит» болезни цивилизации (стрессы, депрессии, усталость от рабочего дня) самым сильным способом самой цивилизации — массовой продукцией непринуж-

денного, ни к чему не обязывающего легкого содержания. В развлекательной функции кроется и большая опасность: человек незаметно погружается в иллюзорный обманчивый мир, рисуемый ему радужные впечатления, создающий необоснованно приятное настроение. Проблема усугубляется тем, что современное развлечение, особенно в коммерческом радиовещании, стало способом «убийства времени». Многие диджеи с позволения своих хозяев-учредителей и руководства радиостанций произносят в микрофон всякую чушь и ерунду, не соотносимые ни с какими нормами приличий, поведения и коммуникации, не говоря уже о нормах общественной морали и нравственности.

Функции в радиожурналистике реализуются комплексно, каждая получает свое воплощение в разных по содержанию передачах. В одной программе можно найти разные функции. С учетом того, что современные радиостанции очень многочисленны и разнообразны, встречаются случаи дисфункциональных явлений в радиовещании.

Дисфункции радиожурналистики выражаются в эффекте, противоположном их изначально созидательной направленности. С. Г. Корконосенко отмечает, что дисфункция — это обратный эффект, противоположный ожиданиям: «В общении с личностью дисфункциональное поведение СМИ наносит чувствительный вред обеим сторонам» [Корконосенко, 2009, с. 220]. Например, когда интегративная функция разъединяет, а не объединяет людей, а воспитательная не укрепляет, а разрушает личность и ее сознание.

Ложно ориентированная эстетическая функция обманом и хитростью навязывает человеку дурные представления о высоком искусстве, а низкое искусство возводит в ранг эталона. Вместо релаксации она насаждает эстетику пошлости, цинизма и мракобесия, наращивает в сознании и подсознании человека антигуманистические ценности, прививает асоциальные механизмы мышления. Так в радиовещании работают антифункции, т. е. выполняются задачи, в большей или меньшей степени дестабилизирующие, деформирующие и разрушающие как отдельную личность, так и разные сферы общественных отношений.

Контрольные вопросы и задания

1. Расскажите о структуре современного отечественного радиовещания.
2. Какие функции относятся к информационным функциям радио и почему?
3. Приведите примеры из практики современного радиовещания, характеризующие функции регулирования общественных отношений.
4. Какие культурно-просветительские функции радиовещания вы знаете? Приведите примеры радиостанций, выполняющих названные задачи.
5. Что такое дисфункция журналистской деятельности? Как проявляется она в современном радиовещании?

ТЕМА 7

Типология и форматы радиостанций

Необходимость разграничивать радиостанции по их общим и дифференцированным признакам вызвана требованием систематизации знаний о состоянии организаций радиовещания. В типологии выделяют наиболее существенные, значительные характеристики, раскрывающие внутренние механизмы функционирования радиоканалов: каков масштаб их деятельности, форма собственности, технологии вещания, содержание передач.

Современные радиостанции можно дифференцировать по разным признакам. В основе предлагаемой типологии лежит комплексный подход. Каждый из признаков радиостанций так или иначе влияет на всю систему их функционирования. Практическая деятельность радиостанций может включать в себя разные признаки.

Назовем основные признаки и характеристики типологии радиостанций.

1. По административно-территориальному признаку / масштабу вещания.

1. Общенациональные / федеральные / общероссийские радиоканалы вещают на территории всей страны, в своих передачах обращаются прежде всего к актуальным событиям внутренней и внешней политики, международной жизни, к вопросам развития экономики и культуры. Общенациональные вещатели представ-

ляют собой, как правило, каналы общей направленности. В целом им свойственна активная включенность в политическую и общественную жизнь страны. В эфире таких каналов есть большое количество передач, посвященных текущим задачам и проблемам развития российского социума («Радио России», «Вести FM», «Эхо Москвы» и др.).

2. *Региональные радиостанции* имеют распространение на территориях субъектов Российской Федерации. В своих передачах региональные вещатели обращаются прежде всего к актуальным региональным событиям. Региональные радиоканалы могут создаваться по тематическому принципу (культура, спорт, религия). Например, в Санкт-Петербурге нишу художественного вещания заполняет радио «Петербург», спортивную нишу занимает радиостанция «Зенит», православное мировоззрение в христианской религии наиболее полно отражается в передачах радио «Град Петров», небольшой объем вещания есть также у «Православного радио Санкт-Петербурга». В качестве межконфессиональной религиозной радиостанции заявляет себя «Радио Мария», хотя в передачах преобладает католическое миропонимание.

3. *Местные радиостудии* осуществляют вещание на территориях административных районов или муниципальных образований (в частности, на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области). В своих передачах местные радиожурналисты обращаются к актуальным событиям локального значения, т. е. ко всему тому, что интересует людей на местах: работа жилищно-коммунальной сферы, общественный муниципальный транспорт, благоустройство, дошкольное, начальное и среднее образование, деятельность общественных организаций и т. п.

II. По форме собственности.

1. *Государственные* — все радиоканалы, имеющие в системе управления государственное участие (например, входящие в структуру ВГТРК). Государственные радиостанции учреждаются государственными органами, принадлежат государству и, как правило, имеют стопроцентное государственное финансирование. Обеспечиваются из государственного бюджета разного

уровня — федерального (бюджета Российской Федерации) или регионального (бюджета субъекта РФ).

2. *Муниципальные* радиостанции учреждаются муниципальными образованиями или организациями, финансируются ими и находятся в собственности и / или имеют субсидии / долю муниципальных образований. Такая форма собственности активно используется в местных СМИ. Муниципальная собственность при учреждении радиостанции и управлении ею может синтезироваться с региональной государственной собственностью. В этом случае возникает смешанная — государственно-муниципальная форма собственности. Местные радиостанции могут выступать также как муниципальные предприятия. Отдельным учредителем может быть и журналистская редакция.

3. *Общественные* радиостанции — учреждаются и финансируются автономными некоммерческими организациями (АНО) и принадлежат им. Средства на деятельности самих АНО могут выделять спонсоры, благотворители, организации любых форм собственности, физические лица. Сравнительно с западными странами общественная форма учреждения и управления СМИ — новая для России. Управление радиостанциями на принципах общественного финансирования нуждается в укреплении и развитии. Проблема становления общественного вещания связана с возможностями и способностями структур гражданского общества эффективно организовывать, регулировать и контролировать свою деятельность. В России форма автономного некоммерческого управления радиостанциями практически не применяется. Сформировалась традиция финансирования отечественных каналов: они имеют либо государственное, либо коммерческое (частное) финансовое обеспечение.

4. *Акционерные* радиоканалы учреждаются и финансируются акционерными обществами и принадлежат, как правило, крупным коммерческим предприятиям или холдингам в сфере массовой информации. Акционерная форма собственности может синтезироваться с редакционной формой учредительства, т. е. редакция выступает как совместный учредитель конкретного СМИ. Значительным явлением современного радиовещательно-

го рынка являются негосударственные радиостанции, многие из них либо являются акционерными обществами, либо принадлежат частным лицам. Мощный сектор негосударственного радиовещания принято определять как коммерческое вещание.

5. *Частные* радиоканалы учреждаются и финансируются физическими лицами или небольшими коммерческими предприятиями — обществами с ограниченной ответственностью (ООО) и принадлежат им.

III. По технологии вещания.

1. *Проводные* радиостанции: радиосигнал (электромагнитные колебания) передается по проводам («Радио России», радио «Петербург»).

2. *Частотные* радиостанции: передается частотный радиосигнал (все работающие в FM-вещании).

3. *Волновые* радиостанции: передается волновой сигнал (все работающие на ультракоротких и средних волнах).

IV. По контенту вещания / содержанию передач.

1. *Смешанные* радиостанции с программами общего вещания («радио для всех») имеют в своем составе многочисленные журналистские редакции. Такие радиостанции передают информацию в разнообразных журналистских жанрах в рамках информационных, музыкальных, литературно-театральных, аналитических и публицистических программ («Радио России», «Радио России — Санкт-Петербург», радио «Петербург»).

2. *Информационные / информационно-аналитические* — радиостанции сугубо событийной и аналитической направленности. В эфире постоянно звучат передачи, созданные по канонам информационной и аналитической журналистики. Передаваемая в эфир музыка выполняет, как правило, структурно-оформительскую, а не самостоятельную функцию (радиостанции «Вести FM», «Бизнес FM», «Русская служба новостей», «Эхо Москвы»). Информационные радиостанции имеют большой репортерский штат. Задача информационной радиостанции — быть в курсе происходящего в режиме «здесь и сейчас», мгновенно откликаться на события действительности, оперативно передавать для аудитории самые свежие сообщения о событиях текущего дня.

3. *Музыкальные / музыкально-развлекательные* радиостанции ориентируются на вкусы определенных половозрастных и социальных категорий населения в музыкальной сфере. Деятельность таких радиостанций сосредоточена на определенном содержательно-тематическом музыкальном направлении. Они передают популярную музыку, музыку рок- или рэп-направлений, песни бардов или произведения в стиле «шансон», блатные и т. п. песни, инструментальные композиции. Общественно-политическая информация, новостные выпуски имеют минимальный объем, а могут и вовсе отсутствовать. Основное место занимают музыкальные произведения как самостоятельные минимальные единицы вещания и необременительная для мыслительного процесса информация, призванная удовлетворить потребность слушателя в развлечении, релаксации, увеселении. В эфире «Европы Плюс» звучит зарубежная популярная музыка, «Наше радио» передает отечественную музыку в стиле «русский рок», радио «Рекорд» вещает танцевальную музыку. В эфире радио «Шансон» играют блатные песни, «Радио Ретро» ориентировано на трансляцию отечественных хитов разных лет.

4. *Религиозные* радиостанции распространяют религиозные идеи, религиозное миропонимание и мировоззрение. Многие литературные, исторические и детские программы религиозных православных радиостанций выполняют образовательные и просветительские функции. Вещание радиостанций православной направленности основано на традиционных для России ценностях семьи, соборной сплоченности, уважительного и гуманного отношения к человеку как творению Божьему (передачи радиостанций «Радонеж», «Град Петров», «Православное радио Санкт-Петербурга»).

Типология радиостанций позволяет разграничить радиоканалы по характеристикам, определяющим их формально-содержательные признаки, направленность и методы воздействия на целевую аудиторию.

Понятие «формат» привнесено в российское радиовещание из США, где эта категория имеет некоторые исторические корни. В 1950–1970-х годах в Соединенных Штатах возникло большое количество радиостанций, ориентированных не на массовую, а на це-

левую — ограниченную определенными возрастными, половыми, социальными рамками — аудиторию. Вот как описал онтологию форматной специализации американских радиостанций Элвин Тоффлер: «Различные радиостанции обращаются к своей собственной аудитории, а не к безликой общей массе, как раньше. Станции, передающие общие новости, вещают для образованных взрослых людей среднего класса. На разные группы молодежи ориентируются радиостанции, по которым „гоняют“ различные типы рок-музыки: хард-рок, софт-, панк-, кантри- и фолк-рок. Музыка в стиле соул передают радиостанции, чью аудиторию составляют черные американцы. Радиостанции, специализирующиеся на классической музыке, имеют в виду взрослых людей с высокими доходами; есть радиостанции, вещающие на иностранных языках для различных этнических групп — от португальцев, живущих в Новой Англии, до итальянцев, чиканос, японцев и евреев» [Тоффлер, 1999, с. 269].

По определению В. В. Смирнова, формат есть «адресное направление» радиостанции, «подвижный вектор для динамичного внутреннего движения всех элементов, составляющих его акустическое наполнение» [Смирнов, 2002б, с. 130]. Директор регионального вещания «Авторadio» Андрей Бубукин отмечает: «Формат — это стиль музыкальных радиoproграмм, призванный удовлетворить вкусы определенной целевой аудитории» (URL: <http://radiostation.ru/music/format.html>).

Суть форматной направленности вещания заключается в том, что каждая радиостанция «выбирает собственную аудиторию и занимается только ее информационными, эстетическими, культурными, другими потребностями» [Ильченко и др., 2003, с. 235]. Очевидно, что с появлением «форматной» специализации увеличилось количество радиостанций, стал более широким, чем раньше, выбор слушателей.

Формат — это задуманный и воплощенный в жизнь организаторами радиостанции неповторимый акустический стиль вещания конкретного радиоканала, наиболее предпочтительный для аудитории, выгодный для рекламодателя в данный момент развития радио, подготавливаемый и реализуемый с учетом форматной специализации иных радиостанций.

Наибольшее развитие форматы получили в сфере негосударственного радиовещания. Конкурируя в борьбе за радиослушателя и рекламодателя, радиостанции придумывают свои неповторимые акустические модели, с помощью которых развивают радиовещание как бизнес.

Ключевым фактором коммерческого успеха радиостанции является ее прибыль: «Радиостанции, работающие в конкурентной среде, ориентируются на максимальную прибыль. Достижение нормальной прибыли свойственно фирмам, где ожидаемая прибыль достаточна для развития и успокоения учредителей, при этом открывается возможность для других управленческих решений. Именно прибыльную мотивацию избрали зарубежные вещатели, чем застали врасплох отечественные радиостанции, руководители которых не привыкли к экономическому мышлению», — пишут Ю. Ю. Федутинов, Е. Н. Васильева и О. В. Мироненко (URL: http://radiostation.ru/know/public4_2_1.html).

Избранный радиостанцией формат в большей или меньшей степени работает на прибыль. Но экономический аспект формата не исключает его композиционно-содержательную часть. В любом случае невнимательно разработанный и творчески несостоятельный формат не позволит радиостанции добиться успеха и значит не позволит вести активную рекламную политику.

Формат включает в себя подбор музыкальных песенных и инструментальных композиций, способ подачи новостей, оформление рекламных роликов, джинглы (аудиологотипы) радиостанции, отбивки, манеру поведения диджеев. Формат разрабатывается и воплощается программным директором станции, но выбирает его высшее руководство — генеральный директор, продюсер, владельцы канала.

Программный директор на коммерческом радио отвечает за разные направления деятельности радиостанции. В типовые обязанности программного директора радио входит:

- административное управление творческим коллективом радиостанции;
- внедрение новых эфирных проектов;
- разработка программной политики радиостанции;

- форматирование эфира;
- мониторинг конкурентной среды;
- контроль аспектов качества звучания;
- контроль отбора нового музыкального материала;
- кадровый менеджмент в программном отделе;
- отслеживание тенденций современной культуры, в том числе музыкальной;
- поиск инноваций;
- контакты с продюсерскими центрами, исполнителями.

Исследователи отмечают, что для избранного формата радиостанции возникает задача — найти профессионального программного директора: «Сфера его ответственности, — пишут Ю. Федутинов, Е. Васильева и О. Мироненко, — необычайно широка и разнообразна, хоть и определить ее достаточно просто — он отвечает за все, что идет в эфире. Программный директор разрабатывает программную политику и политику форматирования радио, он контролирует ее претворение в жизнь. Он нанимает людей и подбирает исполняемую в эфире музыку, разрабатывает графики и ведет программным бюджетом, он руководит продвижением станции, отслеживает место станции на рынке и ее конкурентную среду, заказывает социологические исследования и зачастую сам составляет сетку дня. Если на станции нет директора службы информации, программный директор отвечает и за новостные включения» (URL: http://radiostation.ru/know/public4_3.html).

В современном коммерческом вещании программный директор отвечает практически за все направления деятельности радиостанции. И хотя объем работы очень велик, усилия программного директора не остаются незамеченными. В обширную деятельность программного директора радиостанции входят организационные, творческие, маркетинговые, и даже психологические вопросы (см. Прил. 3).

Направленность и формат вещания позволяют разграничить радиостанции по принципу программирования. Государственные радиостанции строят эфирную политику по принципу горизонтального, всеохватного программирования. Коммерческие

радиостанции — по принципу вертикального, специализированного программирования. В основе горизонтального программирования «лежит принцип всеохватности в жанрово-тематическом плане. Принцип вертикального программирования подразумевает узкое, специализированное вещание» [Ильченко и др., 2003, с. 35].

В музыкальном программировании коммерческих радиостанций могут использоваться компьютерные программы, в частности “Selector” и “Powergold”. Характеризуя их, А. Бубукин отмечает: «“Selector” — программа более утонченная, более богатая вариантами и возможностями для „тонкой настройки“ эфира, а “Powergold” — простая, но надежная „рабочая лошадка“ без особых изысков. <...> Частоту ротаций песен, их стилистику, художественные правила позиционирования песен в эфире определяет человек (музыкальный редактор, директор программ, генеральный директор, иногда даже владелец радиостанции) на основе результатов музыкальных исследований, своего видения конечного продукта и чувства рыночной конъюнктуры. <...> Все данные вводятся в компьютер. На их основе он генерирует проект плей-листа, который потом музыкальный редактор доводит до нужной кондиции вручную, внося предварительно в рекламные окна переданное ему коммерческим отделом расписание выхода рекламных роликов. Редактируя плей-лист, он не должен переделывать его, руководствуясь своим вкусом и видением, а скорее осуществить только тонкую настройку, чтобы удовлетворить временные и где-то, возможно, художественные правила, принятые на станции. Плей-лист распечатывается и отдается ведущему музыкальных программ» (URL: <http://radiostation.ru/music/basics.html>).

Независимо от того какой тип программирования принят на конкретной радиостанции, существуют общие правила форматирования и содержательного наполнения эфира. Они могут быть приняты как нормативные, особенно в случае создания новой или реформирования существующей радиостанции.

Правило первое гласит, что во главу угла ставятся потребности слушателя, а не сотрудников радиостанции или авторов

программ. Правило второе связано с тем что, разрабатывая сетку вещания, надо прежде всего планировать сами программы, а затем подбирать авторов. Правило третье заключается в том, что при заполнении эфира надо учитывать, какие именно передачи будут выходить в данное время суток, в конкретный временной промежуток. Правило четвертое требует присутствия у микрофона интересных и профессиональных людей, способных сформировать привлекательный имидж радиостанции. К ведению программ могут быть приглашены и медиAPERсоны, имеющие постоянный опыт работы в массовой коммуникации.

Эфир радиостанции, как правило, формируется из программ двух типов.

1. Основные передачи — они составляют основу формата и отвечают главным принципам эфира, определяют звучание радиостанции. Такие программы готовятся бригадами со сменными ведущими.

2. Специализированные авторские программы — их ведущий самостоятельно подбирает музыку, информацию, прочие материалы. Важно оговорить предварительно с автором передачи основополагающие требования формата и вещательных принципов радиостанции, попросить автора подготовить и послушать «пилотный» (пробный) выпуск программы (URL: http://radiostation.ru/know/public4_2_1.html).

Для правильного выбора музыкального формата радиостанции практик вещания Андрей Бубукин рекомендует изучить целевую аудиторию и сделать акцент на ее вкусы таким образом, чтобы соответствовать следующим критериям.

1. Стилистика звучащей в эфире музыки (общий стиль песен — рок, поп, дэнс, альтернатива и т. д.).

2. Соотношение количества горячих хитов и золотых шлягеров в часовой сетке вещания (сколько новинок и «голдов» в часовом плей-листе и как они расставлены).

3. Имидж эфира, зависящий:

— от «музыкальной одежды» эфира, т. е. джинглов, музыкальных заставок и шумов;

— от манеры работы диджеев или ведущих музыкальных программ (частота выхода в эфир, содержание текстов, интонации и т. д.);

— от внешней формы подачи музыкального материала, его компоновки и микширования (делить песни джинглами или нет, микшировать резко «встык» или мягко «наплывом» и т. д.);

— от выстраивания информационных выпусков и рекламных вставок (информация и реклама для молодежной аудитории отличается от информации и рекламы для старших слушателей — как по форме, так и по содержанию) (URL: <http://radiostation.ru/music/format.html>).

Несмотря на огромный перечень (более десяти, по предложенной градации А. Бубукина) собственно музыкальных форматов, можно выделить основные *форматные стили*, так или иначе применяемые в современном отечественном радиовещании:

— современная популярная музыка для взрослых (возраст слушателей от 25 до 40 лет);

— музыкальное хит радио (возраст слушателей до 25 лет);

— новостное и / или разговорное радио (радиостанции для удовлетворения общественных, политических и экономических интересов, аудитория слушателей, как правило, старше 40 лет).

Формат — инструмент создания имиджа радиостанции. Успешно выбранный формат влияет на рейтинг. Рейтинг радиостанции — это выраженное в процентах в рамках заданной демографической группы количество радиослушателей, которые слушают конкретный канал или конкретную передачу. Рейтинг свидетельствует о популярности программы, помогает рекламодателю размещать рекламу на конкретных радиоканалах с учетом социального состава, пола, возраста целевой аудитории.

Контрольные вопросы и задания

1. Какие типы радиостанций вы знаете? Дайте развернутую характеристику каждого типа радиостанций.

2. Что такое формат радиостанции? Как формат влияет на информационную и рекламную политику радиоканала?

3. Кто из творческих и руководящих работников определяет формат радиостанции?

4. Назовите основные принципы программирования на современном радио. Кто из специалистов в сфере радио изучал музыкальные форматы и направленность вещания?

5. Как правильно выбрать музыкальный формат для радио?

ТЕМА 8

НОВОСТИ НА РАДИО. ВЕРСТКА НОВОСТЕЙ И ПРИЕМЫ АКТУАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИИ

Программа *новостей* на радио — это информационный гипертекст, целостное аудиальное произведение. Его основная задача заключается в том, чтобы дать массовой аудитории возможность узнать об основных событиях в нашей стране, в регионе и за рубежом. Главный принцип создания новостей — быть понятными для всех групп и слоев населения. Структуру новостей составляют общественно значимые, т. е. представляющие несомненный интерес для массовой аудитории, события.

Собственно *новость* есть ядро каждого информационного сообщения. Новость — неотъемлемый базовый компонент любого информационного жанра радиожурналистики. Новостью может быть ранее не известное и не обнародованное в СМИ событие, явление, действие, представляющее общественный интерес. По степени ожидания все реально происходящее в социуме можно разделить на события спонтанные и подготовленные.

Спонтанное (неподготовленное) событие не зависит от целенаправленных усилий человека (техногенные аварии, катастрофы, природные стихийные бедствия). *Подготовленное* событие — это специально организованное человеком мероприятие с возможным или заранее планируемым участием представителей журналистского сообщества (пресс-конференция, начало строительства предприятия или социального объекта, театральная

преьера или кинофестиваль, создание новой модели автомобиля или съезд политической партии и т. д.).

Новостной *факт* — это знание, ставшее достоянием человека и общества. Как отмечает В. В. Смирнов, факты есть сведения, «имевшие место в действительности и представляющие общественный интерес».

Словарь иностранных слов трактует, что факт в переводе с латинского языка означает «сделанное» и имеет два основных значения:

— действительно невымышленное происшедшее событие, явление, твердо устоявшееся знание, данное в опыте, служащее для какого-то заключения, вывода, являющееся проверкой какого-либо предположения;

— действительность, реальность, то, что объективно существует.

Основатель службы новостей канала НТВ и генеральный директор ВГТРК Олег Добродеев считает: «Новость — то, что отличает нынешний день от вчерашнего». Другими словами, новость характеризуется параметрами изменения действительности. В новости реальные факты мгновенно «фотографируются», фиксируются журналистами, подвергаются творческим решениям — литературно (творчески) и технически (с помощью монтажа) обрабатываются и передаются для массовой аудитории.

Словарь русского языка С. И. Ожегова подсказывает, что новость — это недавно (а еще лучше — только что, сейчас, в данную минуту) полученное известие. Генеральная задача выпуска новостей — всегда быть оперативными: все известия и сообщения передаются со словом *сегодня*. Акцентуация текущего настоящего времени в новостях подчеркивает быстроту организационного и творческого процесса. И самое главное — привлекает, сосредоточивает внимание аудитории на событиях.

Не менее важным, чем оперативность, является требование точности сообщаемых новостей. Журналист информационной редакции не имеет профессионального права «жертвовать» принципом точности ради сиюминутного желания оперативно передать сообщение.

Британский исследователь массовой коммуникации Дэнис Мак-Куэйл выделил критерии объективности новостей. Главными он считает следующие критерии: «уместность, точность, надежность (достоверные источники), четкое изложение фактов (стиль и форма), отделение фактов от мнений и интерпретаций, сбалансированность и беспристрастность в полемике между сторонами, нейтральность изложения и подачи» [МакКуэйл, 2013, с. 153].

И хотя в полной мере добиться объективности в содержании информации (ее независимости от воли и сознания человека) в журналистике невозможно, представленный перечень критериев к новостям вполне применим как набор актуальных правил и требований, предъявляемых к новостной и репортерской работе.

В центре внимания новостей находятся, как правило, только что свершившиеся или в настоящий момент, сейчас происходящие события: общественные, политические, культурные, спортивные. Новостная программа — это компоновка событий, введение их в особую систему социальных и временных координат — информационную повестку дня.

Новости представляют собой особенную, освоенную творческими журналистскими методами реальность, специальное отражение общественных и политических процессов редакционным коллективом в целом и его сотрудниками в отдельности (корреспондентами, редакторами, ведущими программ).

Для информационной работы первоочередное значение имеют явления и события, составляющие чрезвычайную повседневную актуальность для общества и современного человека, оказывающие воздействие на мотивы его действий и текущее поведение во всех сферах социума.

Кумулятивный эффект новостей — это суммарное значение и воздействие всех сообщений, воспринятых аудиторией под влиянием СМИ. Кумулятивный эффект новостей выходит далеко за пределы функции информирования. В современной общественно-политической жизни выпуски новостей становятся одним из основных инструментов формирования и выражения общественного мнения, способствуют социализации индивида, определяют его поведение и поступки.

Новости сообщают практически обо всех важных общественных событиях, поэтому по своему масштабу, охвату аудитории и степени социального воздействия они обладают свойством универсальности.

Универсальность — это способность новостной программы осваивать и охватывать все общественные институты и сферы человеческой деятельности: политику, экономику, культуру, образование, право, международные и семейные и другие отношения. Не случайно любому репортеру и корреспонденту информационной программы приходится осваивать главное требование профессии — уметь «показать», развернуть в радиозэфире любое событие и, действуя на неосознанные механизмы психики, активировать в сознании слушателя такие ассоциативные связи, такую реакцию на происходящее, чтобы повлиять на психологическое состояние индивида.

Выпуск новостей — индикатор современного состояния общества, сигнализирующий социальному организму о его сильных и слабых сторонах. Новости как универсальная событийная программа оказывает воздействие на потенциал социальной консолидации общества. С помощью новостей можно формировать и регулировать общественно-политические настроения, влиять на информационные и мировоззренческие запросы аудитории. Новости выполняют функции социального регулирования и блок политических функций — агитации, пропаганды и организации публичной общественной жизни.

Внутренние ресурсы редакции новостей — это трудовой профессиональный коллектив радиокompании: журналисты, ведущие, корреспонденты и комментаторы. Они определяют информационную повестку дня для аудитории, осуществляют редакционную политику. Ее суть можно интерпретировать в психологических терминах: саморегулирование, самоорганизация, самоконтроль. Редакция определяет содержание программ: что слушать по отдельно взятому каналу вещания — решает коллектив СМИ, но не аудитория.

Внешние ресурсы программы — участники выпусков новостей. Это и приглашенные эксперты, и гости передачи, и публика, уча-

ствующая в журналистских опросах, в интерактивном голосовании. Приглашенные участники новостей, независимо от степени их популярности, становятся медиAPERсонами, они во многом формируют содержание конкретных передач, влияют на последовательность сообщаемого в новостях и на контекст повествования.

Верстка — это композиция, оформление, целенаправленное соотнесение следующих друг за другом компонентов передачи. Исследователи считают, что верстка — это процесс «отбора материалов и структурирования выпуска», «расстановка экранных сообщений в определенной последовательности» [Цвик, Назарова, 2002, с. 141], «подбор и расположение материалов на определенной, пространственно ограниченной площади», «оформление — ориентирующее выделение их для более удобного, быстрого и четкого восприятия потребителем информации» [Борецкий, 1999, с. 131].

Различаются два основных типа верстки: 1) по формально-содержательному признаку текущего планирования программы; основные ее виды — жанровая, ритмическая, смысловая; 2) по структурно-организационному признаку текущего планирования программы; основные ее виды — по принципу перевернутой пирамиды, по принципу обычной пирамиды, по принципу ромба, по принципу прямоугольника (смешанный).

I. Верстка новостей *по формально-содержательному признаку*.

Жанровая верстка предполагает ранжирование и чередование материалов выпуска по жанровому признаку. Например, друг за другом следуют: информация, репортаж, интервью, комментарий. Жанровая верстка позволяет оптимизировать восприятие информации на основе композиционных и формообразующих элементов. Большое значение для жанровой верстки имеют аспекты участия в программе репортера и героев, велика роль ведущего передачи как проводника эфирной информации, значимость фактического и содержательного наполнения сообщений, сюжетов. Оказывает влияние когнитивный (познавательный) фактор: в репортаже основную информационную нагрузку несет журналист, в интервью и отчете — источник информации и т. д.

Ритмическая верстка основана на чередовании аудиальных (звуковых) выразительных средств — формообразующих (слово, музыка, шумы) и стилиобразующих (монтаж). Ритмическая верстка помогает удержать внимание слушателя, дает ему новые впечатления. Принцип ритмичности используется в звучании и отдельных компонентов выпуска, и его тематических блоков (экономика, политика, культура). Ритмичность в программе новостей достигается благодаря интенсивной работе ведущего в прямом эфире, чередованию его эфирной работы с заранее записанными и представляемыми по ходу передачи сюжетами корреспондентов и благодаря общему темпу речи, принятому в редакции новостного вещания. Ритм характеризуется также хронометражем (объемом) сообщений и сюжетов, их музыкальным оформлением, радиопозывными, радиоджинглами (краткими запоминающимися отбивками — логотипами передачи или радиостанции). Значение для ритмичности повествования имеет чередование мужского и женского голосов. Ритмическая динамичность достигается также тем, что программа создает у слушателя эффект движения, действия, развития событий во времени. Не случайно в связи с этим применяется термин многосерийные новости. Информационная программа представляет собой бесконечную последовательность напрямую не связанных между собой событий, сопровождающих социальную жизнь человека, но влияющих на его разум и чувства.

Смысловая верстка основана на содержательном принципе, предполагает учет специфики передачи и канала. Выпуск базируется на принятии редакционным коллективом (часто негласном) общих подходов в тактике и стратегии организации и планирования вещания. Стратегический фактор связан с позицией телеканала, его вещательной политикой, соотносенной с общественной жизнью в стране. Тактический фактор предполагает актуализацию конкретных событий и проблем: выборы, инфляция, горячие точки.

II. Верстка новостей по структурно-организационному признаку.

Принцип *перевернутой пирамиды* — повествование разворачивается от наиболее важных сообщений к наименее важным

известиям. Это один из классических видов верстки. Значимость и важность сообщений становятся главным приоритетом в расстановке новостных сообщений. Расположение событий в их приоритетности формирует последовательное представление аудитории о наиболее существенных новостях дня. В механизме верстки по принципу перевернутой пирамиды наиболее сильно задействованы профессиональные, интеллектуальные и интуитивные качества работника СМИ. Социальная значимость информации для аудитории и общества является отправной точкой в приоритетности выбора отдельных сообщений и конструирования выпуска в целом.

Принцип *обычной классической пирамиды* — повествование ведется от наименее важных сообщений к более важным событиям. Может использоваться для разграничения региональных, общероссийских, общемировых событий, причем в случае пирамидного принципа верстки региональные события выносятся в начало выпуска, т. е. внимание аудитории акцентируется как будто бы на менее важных, региональных событиях. Таким образом, именно региональные сообщения составляют вершину «пирамиды» выпуска, а общероссийские или общемировые новости выводятся за «пределы значимости», их влияние на информационную картину дня как будто бы уменьшается. Принцип пирамиды позволяет редакции самостоятельно и вне жесткой зависимости от общих информационных потоков расставлять сообщения в той приоритетности и значимости, которую сами журналисты и СМИ считают для себя приемлемой. С помощью пирамидного вида верстки обеспечивается необходимое управление информационными потоками и запланированное влияние на аудиторию в интересах конкретных каналов массовой информации.

Принцип *ромба* — наиболее важные сообщения выносятся в середину программы, а в начале и в конце выпуска передается менее актуальная и важная информация. Верстка по принципу ромба, так же как и верстка по принципу пирамиды, относится к активному методу создания выпуска новостей: редактор активно вмешивается в структуру верстки с целью оптимизировать вос-

приятие именно той информации, которую он считает наиболее важной. Верстка по принципу ромба позволяет сформировать ярко выраженное и заметное ядро новостного выпуска. Серединная насыщенность, выпуклость информационной программы привлекает внимание именно к серединной новости, которая становится центральной темой выпуска и в содержательном, и в композиционном плане.

Принцип *прямоугольника* (смешанный) предполагает соблюдение паритета в чередовании очень важных и менее важных сообщений. Каждое событие следует друг за другом, как бы наслаиваясь на предыдущее, но построение выпуска новостей строго формализуется: сообщения, ранжированные по степени значимости, расставляются по смешанному принципу, или принципу «слоеного пирога». Каждое важное сообщение обязательно сменяет менее важное по значимости, таким образом, они чередуются между собой. Случайно сформированная смешанная верстка может создать у слушателя впечатление мозаичности, неупорядоченности картины мира. Целенаправленно применяемая верстка по принципу прямоугольника ведет к чередованию «гвоздевых» (важных) и «не гвоздевых» (менее важных) материалов. Смешанный вид верстки может применяться для больших информационных программ или при составлении новостных сообщений в жанре хроники или информационного обзора. Принцип «слоеного пирога» — самый подвижный и гибкий, «демократический» вид верстки, он позволяет редакции наиболее полно и объективно показать информационное наполнение дня: выделяя главное в «официальных» сферах деятельности, не забывать об интересах отдельного человека, показывать его повседневную жизнь, насущные социальные потребности и запросы. Смешанный вид верстки наиболее типичен для новостных редакций общественного и местного вещания. Для их работы в целом характерен ценностный антропологический подход к человеческой жизнедеятельности.

Англичане Пол Чантлер и Питер Стюарт при подготовке и подаче новостей рекомендуют придерживаться следующих правил:

— голос ведущего новостей должен звучать отчетливо и внушать доверие аудитории;

— голос новостного ведущего не должен раздражать слушателя и не должен резать его слух;

— материал новостей должен быть интересен самому ведущему передачи;

— в эфире надо рассказывать историю — дать жизнь словам, написанным на бумаге;

— ведущему новостей необходимо уметь разбираться в событиях, понимать информацию, которую он сообщает;

— скорость и стиль речи должны соответствовать общему стилю звучания передач на конкретной радиостанции;

— в любой новости надо находить что-то особенное или неожиданное;

— надо уметь выделять главное с помощью ударений, если их не использовать, слушатель не поймет ведущего;

— названия городов, улиц, районов и т. п. должны быть произнесены без единой ошибки;

— ведущему новостей следует совершать регулярную «проверку эфира», а именно: каждую неделю слушать информационный выпуск с целью профессионального изучения качества его подготовки и звучания;

— соблюдать хронометраж программы, следить за часами, показывающими остаток отпущенного для выпуска новостей времени (особенную актуальность это требование приобретает для журналиста, работающего в прямом эфире);

— во время интервью или беседы нельзя доминировать над героем сюжета: аудитория больше хочет слышать голос интервьюируемого, чем ведущего;

— надо всегда проверять — заблаговременно прослушивать записанные аудиоролики, аудиоклипы, репортажные сюжеты, прежде чем пускать их в эфир;

— ведущему новостей в студии прямого эфира необходимо появляться не менее чем за 3–5 минут до начала передачи;

— при подготовке записанных материалов к эфиру надо уметь выбрать главный сюжет выпуска; при его повторном звучании в следующей информационной программе требуется переписать вступительную часть сюжета, представить его для слушателей с

использованием иного, обновленного текста [Чантлер, Стюарт, 2008, с. 117–208].

Дэнис Мак-Куэйл выделил информационные эффекты новостей, среди которых одним из главных назвал эффект фреймирования. Фреймирование — образование и наращивание новых смыслов и моделей коммуникаций, формирующих общий коммуникативный климат в информационной сфере. *Фреймирование* в журналистике как информационно-коммуникативный механизм формирования социальных смыслов и упорядочения общественно-политических взаимоотношений способствует конструированию и оптимизации контактов между СМИ и аудиторией, между СМИ и властью, между обществом и властью. Фреймирование в новостях помогает аудитории интерпретировать события, «раскодировать» их социальные смыслы, понимать приоритетность и значение каждого отдельного сообщения в информационной повестке дня.

Информационные эффекты, выделенные Мак-Куэйлом, дают представление о высокой степени влияния новостей на аудиторию, о положительных и отрицательных результатах такого воздействия: «Общая информация о текущих событиях получается и накапливается рутинным образом. Скорость и характер распространения информации предсказуемо различаются. В результате появляется большой объем общей и одинаковой для всех фоновой информации. Индивидуальные различия вызваны разным уровнем усвояемости новостей. Разные типы медиа (и медиаструктур) в целом приводят к разным эффектам. В результате мы видим информационные структурные различия (пробелы в знании) в разных социальных стратах. Новости устанавливают общественную повестку дня, требующую внимания и, значит, формируют общественное мнение. Новостные события фреймируются в определенной последовательности, которая направляет их интерпретацию аудиторией. Систематические недомолвки в новостях ведут к выборочному общественному невежеству» [МакКуэйл, 2013, с. 213].

Таким образом, для новостей важен принцип полноты, информационной достаточности каждого сообщаемого события,

что во многом формирует системное и правильное представление аудитории новостной программы об окружающей действительности.

В процессе подготовки новостей важны приемы актуализации информации. Это набор специально отобранных и целенаправленно применяемых характеристик, актуализирующих и привлекающих внимание аудитории к новостным сообщениям и всему выпуску. Информация может быть актуализирована по разным характеристикам: тематическая, протокольная, локальная.

Тематическая актуализация предполагает формирование сообщений в группы — политика, культура, спорт, экономика и др. *Протокольная* актуализация связана со степенью официальности / неофициальности, альтернативности / оппозиционности события и т. д. *Локальная* актуализация важна для местных и региональных вещателей, передачи которых должны ориентироваться прежде всего на местные события и быть интересными для местной аудитории. Федеральными редакциями локальные сообщения используются для расширения своего воздействия на регионы, для демонстрации включенности СМИ в жизнь всей страны, а не только ее мегаполисов.

Современная практика вещания показывает, что для информационного вещания противопоказаны крайности, выраженные в стремлении сосредоточиться либо только на общероссийских, либо только на региональных или местных новостях.

И все-таки местная проблематика, показанная сквозь призму новостей конкретной территории, где проживает и трудится человек, вызывает у него, как правило, не меньший интерес, чем события более масштабного уровня, происходящие в стране или в мире.

Контрольные вопросы и задания

1. Дайте определения понятиям «новость», «факт», «событие» применительно к радиожурналистике.
2. Как вы понимаете термины *кумулятивный эффект новостей* и *универсальность новостей*?

3. Расскажите о принципах и видах верстки информационных радиопрограмм.

4. Что такое фреймирование в новостях на радио? Приведите примеры фреймирования.

5. Какие методы актуализации информации могут быть использованы в радиожурналистике?

ТЕМА 9

Публицистичность радиоречи

Значение мастерства подготовки и представления текста в эфире трудно переоценить. Пожалуй, это одно из главных качеств, отличающее профессионального журналиста от других участников информационно-коммуникативного процесса. Большую долю успеха в этом важном деле забирает талант творческого человека, но не меньшее место занимает каждодневно нарабатываемый опыт.

Главным фактором формирования любого текста массовой коммуникации выступает *авторское начало*, выраженное в отборе фактов, их интерпретации, композиционном построении, личностном (персонифицированном) подходе к отражению действительности, в специальном выделении ее смыслового контекста и средствах достижения цели журналистского произведения. «Установление контакта с аудиторией, — пишет В. В. Егоров, — возможно только в том случае, если журналист, ведущий программу, способен заявить о себе как о личности, предстать в каждом высказывании человеком с определенными культурными, психологическими характеристиками, обнаружить особенности своего мировосприятия, свои этические и ценностные ориентиры» [Егоров 2006, с. 17].

Задача создания любого осмысленного текста — *целенаправленное влияние* на аудиторию, формирование ее информаци-

онных представлений о реальности. В радио- и телевидении формирование параллельной — искусственной информационно-коммуникативной среды не может быть оторвано от речемыслительной деятельности человека.

Продуцирование *внутренней и внешней речи* — эта уникальная способность человеческого мозга активно используется в сфере публичной общественной коммуникации. То, каким образом предстает в ней журналист, репортер, ведущий, зависит от уровня его начитанности и общей эрудиции, от умения анализировать текущую жизнь социума, от степени осознания ответственности за свою работу в эфире.

В аудиовизуальных СМИ для успешной творческой деятельности журналиста большое значение имеют внешние характеристики общения — что и как говорит человек. Акад. Д. С. Лихачев отмечал: «Вернейший способ узнать человека, его умственное развитие, его моральный облик, его характер — прислушаться к тому, как он говорит» [Мудрые мысли, 2009, с. 369]. Почему так важно внимание радиожурналиста к созданию текста и своей речи в эфире? Потому что любое его выступление у микрофона явно или косвенно становится примером для подражания слушателей.

Устное общение радиовещанию присуще онтологически: оно появилось после возникновения языка (коммуникации) жестов. И. П. Яковлев отмечает, что «люди вначале использовали жесты, а затем развили устную коммуникацию на основе тесной связи звуков с жестами. Звуковой язык расширил возможности общения между людьми. Возникновение языка связано с обозначением звуковыми символами объектов и явлений, с которыми сталкивался человек. Первичный конкретный язык возникает благодаря деятельности левого полушария головного мозга, а абстрактный — правого. На мозг действуют различные сигналы, связанные с реальными явлениями. Мозг отбирает из них понятие, имеющееся в памяти, и образует символ, который в звуковой форме (языке) выпускается в среду» [Яковлев, 2001, с. 146–147].

Таким образом, отправной точкой порождения текста является мозговая деятельность индивида, без которой невозмож-

ным было бы само существование человечества как сообщества разумных особей. Именно благодаря языку, речи и мышлению, способности создавать публицистические и литературные шедевры жизнь человека носит цивилизованный социальный характер. Мышление и речь выделяют человека из животного, биологического мира — как существо самостоятельное и мыслящее.

Текст (от лат. *textum* — связь, соединение) — это:

— «последовательное расположение знаков, образующих единое семантически завершенное произведение» [Основы творческой деятельности..., 2000, с. 95];

— «сложное и разнохарактерное системное знаковое образование» [Там же, с. 99];

— самостоятельное авторское произведение, «выраженное с помощью определенной системы знаков» [Землянова, 2004, с. 328];

— «информационное содержание документа, программы, сообщения» [Там же];

— структурообразующий компонент средств массовой коммуникации;

— универсальный компонент (средство) публичного общения.

Текст в радиожурналистике — это специально созданное для передачи по радио журналистское произведение, имеющее устную, ораторскую форму выражения содержания; опирающееся главным образом на лексические средства книжного литературного языка, часто имитирующее живую непринужденную разговорную речь; выражающееся в монологической или диалогической форме. Каждое отдельное произведение, прозвучавшее в эфире, можно назвать *микротекстом* программы.

Текст на радио можно понимать и в более широком ключе — как весь аудиоматериал, звучащий по радио: музыкальные позывные, джинглы (краткие логотипы радиопередачи или радиоканала), любые нежурналистские выступления (реклама, музыка, представление программы в эфире). Совокупность всех сюжетов и передач эфира конкретной программы (например, утреннего радиоканала, аналитического ток-шоу,

беседы или радиожурнала) можно назвать *макротекстом* программы.

Г. С. Мельник и М. Н. Ким выделили основные функции журналистского текста: эвристическая (познавательная), аксиологическая, онтологическая, коммуникативная, семантическая, развлекательная [Мельник, Ким, 2006]. Названные функциональные, т. е. органически присущие журналистскому произведению, характеристики в полной мере можно отнести к тексту, предназначенному для звучания по радио.

Исследователи современных речевых практик массовой коммуникации пришли к мнению, что любой медиатекст, в том числе и на радио, имеет речевую форму выражения. Поэтому на радио мы встречаемся со специфической формой воплощения текста, а именно с радиоречью. В предыдущий период (1970–1990-е годы) ученые рассматривали речевую проблематику на радио, изучая прежде всего комплекс его языковых факторов [Бернштейн, 1977; Зарва, 1977]. Исследовались такие научные категории и практики, как *язык радио* (С. И. Бернштейн) и *стиль радиопередач* (М. В. Зарва).

Однако сегодня речевая специфика радиокommunikации значительно шире только языкового круга вопросов. Это понимание привело исследователей к выводу, что в аудиовизуальных СМИ в целом (и на радио, и на телевидении) применяется разновидность *устной публичной речи публицистического стиля*. При этом надо особо отметить, что речь в электронных СМИ не является ни собственно разговорной, ни собственно письменной формой речи, хотя и производит впечатление некоего синтеза этих речевых форм.

Л. Р. Дускаева отмечает, что «из устного характера радио- и телевыступлений совсем не следует их отождествление с разговорной речью. Как продукт профессиональной журналистской деятельности, радио- и телеречь должны являться произведением осмысленного творчества, с продуманной системой средств воздействия, направленной на достижение запланированного результата, поэтому неправомерно рассматривать язык электронных СМИ разновидностью устной разговорной речи. <...>

Используемые здесь средства разговорности служат задачам общепублицистического воздействия. Выступление максимально эффективно, если оно сочетает элементы заранее подготовленного письменного текста с устной формой его реализации» [Дускаева, 2006, с. 642–643].

Радиоречь (речь, звучащая по радио) — это комплексная система реализуемых посредством звуковых волн (звуков) вербальных, музыкальных, шумовых средств, передаваемых на расстояние с помощью радиотехнического оборудования и сети проводного вещания. Эфирный текст, в отличие от газетно-журнального текста, приобретает яркое, явное и сильное *речевое звучание*, поскольку каналом его реализации является не периодическая печать, а радиоэфир. Речь можно понимать как психофизиологический феномен. Исследователи отмечают, что «в самой организации речи есть как полностью автоматизированные процессы, так и осознаваемые. Характер и степень осознания зависят от типа речи, уровня развития речевых умений говорящего, социальной ситуации. <...> Говорящим осознается содержание речи, иногда осознается словесная структура, грамматика, может осознаваться даже звуковая сторона речи, письменного текста с устной формой его реализации» [Там же].

Речь на радио — это устно-ораторская форма воплощения языка говорящим человеком в расчете на реакцию человека слушающего. Речь в эфире есть звуковая реализация текста, независимо от того, носит она подготовленный или спонтанный (неподготовленный, спорадический — внезапный) характер.

Основное свойство используемой на радио речи — *публицистичность*, что предполагает прежде всего диалогичность, а также устный характер и социальную направленность выступления, ориентированность на конкретную аудиторию. Диалогичность связана с направленностью на адресата и стремлением взаимодействовать с ним, причем это взаимодействие может происходить «с предполагаемыми смысловыми позициями» слушателей. Выступающий должен предугадать реакцию аудитории и суметь ответить на нее. Участникам диалога в эфире необходимо предвидеть различные точки зрения на проблему, аргументируя соб-

ственную. Диалогичности речи способствуют: вопросо-ответные комплексы, прямая и косвенная адресованность, побуждения к ментальным и конкретным физическим действиям, использование «мы-конструкций», указывающих на двусторонность коммуникации [Там же, с. 644].

Нельзя понимать радиоречь как некое хаотическое скопление вербальных компонентов и мыслей автора произведения. Особенность вербальной радиокommunikации заключается в том, что она совмещает в себе разноплановые компоненты речевого общения: устная и письменная речь сочетаются, активно применяется интонация, для выступлений характерны сочетание логики и эмоциональности.

В публицистической речи по радио факты, как правило, всегда выражены с помощью образных и выразительных средств. Благодаря этой особенности аудитория радио окунается в ощущения и настроения автора журналистского произведения, становится участником речевого *эфирного взаимодействия*, способна реагировать на происходящее у микрофона. Так проявляется уникальность и универсальность особого типа современной вербальной коммуникации — *радиопублицистики*.

Для публицистического стиля радиокommunikации характерны прежде всего информационная и воздействующая функции. При этом воздействующая способность имеет доминирующее значение. Выразительность (экспрессия) радиопублицистики реализуется разными методами. В одном случае экспрессия достигается с помощью полемичности (проблемное интервью, аналитическая корреспонденция, комментарий, обозрение). В другом случае — благодаря максимально сдержанному, строгому информированию (информационное сообщение, хроника, выпуск новостей). В третьем случае — посредством непринужденного диалога (беседа, круглый стол, дискуссия).

Радиоречь — это процесс пользования вербальным языком радио; конкретное говорение по радио, протекающее во времени; любая звучащая по радио речь. Речевое общение на радио чаще всего предстает как коммуникация в виде диалога или полилога, «обмен текстами, причем каждый текст соотнесен с

описываемой им реальной ситуацией общения, с говорящим и слушающим» [Касевич, 1988, с. 49]. Материальным выражением устной речи являются *звуковые волны*. Именно с помощью звуков послание журналиста приобретает эфирное звучание, именно звуки, их сочетание составляют живую ткань речевого общения на радио.

Выразительность радиоречи зависит от нескольких критериев:

— *дикция* — отчетливое произнесение слов и слогов (наличие хорошей дикции, т. е. ясное для слушателей проговаривание текста, — залог коммуникативного успеха журналиста);

— *звучность* — напряжение голоса (расслабленность, нетренированность голосовых связок не дает возможности быть услышанным аудиторией, но и перенапряжение вредно сказывается на восприятии речи, поэтому нужна «золотая середина» — достаточно тренированный голос);

— *темп* — скорость речи (для информационного вещания рекомендуется произносить три слова в секунду, этот обычный для новостей темп речи составляет примерно 110 слов в минуту, большее их количество может превращаться в скороговорку и быть непонятным слушателю);

— *высота* — тональность голоса, ее монотонность или немонотонность (монотонная речь противопоказана для выступлений по радио и телевидению, вызывает психологическое отторжение аудитории);

— *тембр* — окраска голоса (напряженность мышц горла, работа челюсти, подвижность языка, губ и мягкого неба; за тембр отвечают голосовые связки);

— *артикуляция* — правильное и отчетливое произношение звуков и их комбинаций (за артикуляцию отвечают активные органы произношения — язык и губы и пассивные органы произношения — зубы, десны, мягкое и твердое небо) [Русский язык..., 2000, с. 283–293].

Речь на радио (тактика речевого поведения) характеризуется следующими признаками:

— имитация в большинстве радиовыступлений разговорного стиля — квазиразговорность;

- диалогичность речевого поведения;
- общая приверженность, за некоторыми исключениями, нормам и этике речевого поведения;
- динамичный для восприятия аудиторией темп и ритм воспроизводства текста в эфире;
- соответствующая содержанию и смыслу радиосообщений мелодика высказываний (повышающаяся или понижающаяся);
- активная суггестия — чередование в тексте радиовыступления эмоциональных (экспрессивных) и стандартных (логических) средств воздействия на аудиторию;
- постоянное мировоззренческое (идеологическое) воздействие программ любого радиоканала на аудиторию, независимо от формы собственности вещателя, его информационной политики и содержания передач.

Целесообразно дать общие рекомендации для работы с текстом на радио с целью преодоления некоторых препятствий:

- выработка умения увидеть содержание материала в его целостности; его отсутствие чаще всего вызвано недостаточной работой с источниками и фактическим материалом;
- разработка композиционной структуры (зачин, основная часть, финал) и архитектоники — соразмерности всех частей передачи;
- правильный подбор контактоустанавливающих элементов (средств) в начале и финале передачи с целью избежать их несоответствия форме, жанру, общему содержанию и стилю программы;
- отработка правильного темпа речи: чаще можно столкнуться с чрезмерно быстрым, чем с медленным темпом речи;
- избавление от немотивированных пауз между словами в одной фразе (так называемая пословная речь);
- преодоление трудностей в интонационном воспроизведении текста — неумения выделять главное с помощью фразовых логических и фразовых эмоциональных ударений;
- психологический аспект — избавление от речевой скованности, застенчивости, страха перед микрофоном и любым публичным выступлением (так называемая ораторская лихорадка);

— тренировка артикуляционного аппарата: нередко встречается манера чтения текста «сквозь зубы», одними губами (так называемый эффект ленивой нижней челюсти — она практически не задействована в процессе чтения, звуковые волны остаются в «чреве» или горле читающего);

— преодоление диалектной фонетики (диалектного чтения), территориального говора (может сказываться предыдущий речевой опыт выступающего человека, характерный для той местности, где он постоянно проживал ранее);

— перед эфиром может потребоваться корректировка тембра речи — тренировочное чтение с опорой на диафрагму;

— может потребоваться корректировка высоты голоса — необходимо заблаговременно рекомендовать участнику передачи воспроизводить текст в более низкой тональности.

Контрольные вопросы и задания

1. Расскажите о роли авторского стиля в подготовке радиопередач.
2. Дайте характеристику понятий «внутренняя» и «внешняя» речь.
3. Каковы критерии выразительности речи, звучащей по радио?
4. Раскройте понятия «радиотекст» и «радиоречь».
5. Как правильно подготовиться к выступлению по радио?

ТЕМА 10

Требования к эфирным текстам

Речевое общение в СМИ, в том числе по радио, осуществляется с помощью литературного языка. С. Г. Корконосенко выделяет культурную миссию журналистики в организации массовой коммуникации, что возможно при очень бережном отношении к русскому языку: «Пером и устами корреспондента разговаривает целая нация, и это налагает на него ответственность за сбережение и органичное развитие родного языка» [Корконосенко, 2009, с. 134].

Для успешной работы на радио профессиональному журналисту необходимо учитывать несколько правил эффективной коммуникации.

1. Помнить, что текст — произведение авторское, работа над ним — индивидуальный *творческий* процесс. В творчестве раскрывается автор, независимо от того, высказывает он прямо или опосредованно свое отношение к сообщаемым фактам или максимально дистанцируется от них, пытаясь продемонстрировать объективность подхода к теме и ее раскрытия.

Успешность авторского текста массовой коммуникации связана с его глубиной и проникновенностью в перипетии общественной жизни, с методом изложения и интерпретацией фактической информации: «Создание текста — акт всегда индивидуальный, глубоко личный и сокровенный. Автор (гораздо реже — авторы) остается один на один с материалом, обдумывает его, подвергает

анализу, классифицирует и соответствующим образом излагает» [Основы творческой деятельности..., 2000, с. 114].

2. Соблюдать *релевантность* — требование соответствия текста, его эфирного воплощения времени и пространству радиокommunikации. Социальное время и социальное пространство, текущая общественно-политическая действительность оказывают значительное влияние и на запросы аудитории, и на состояние журналистского труда, и на его реальное воплощение в пространстве массовой коммуникации.

Признанный исследователь радиовещания В. В. Смирнов отметил влияние социального времени прежде всего на информационную радиожурналистику и проиллюстрировал выдвинутый тезис характером работы знаменитого диктора советского периода Юрия Левитана: «Время всегда определяло общую тональность вещания, и это сказывалось в информационной журналистике. О том, как это ощущение времени переплавлялось в работу у микрофона в 30-е годы, вспоминает Ю. Левитан: „Сама атмосфера тех лет — напряженный ритм строек, массовый энтузиазм, трудовые рекорды — накладывали отпечаток на нашу работу. Роль диктора мне виделась тогда не только публицистической, но и торжественной: казалось, что лишь так и можно было передать величественный размах происходящих в стране событий, гордость за нее, причастность каждого к делу строительства социализма“» [Смирнов, 2002а, с. 36].

3. Соблюдать *этику общения* и *речевую культуру* в разговоре с любым человеком, независимо от его статуса и социальной роли. Необходимо проявлять вежливость и доброжелательное отношение к аудитории и собеседнику.

Во время разговора нельзя категорично навязывать собственных оценок и мнений. Речевым поведением надо показывать, что в центре внимания находится собеседник и аудитория. Требуется выбрать тему, уместную для разговора с конкретным героем передачи или сюжета. Требуется соблюдать последовательность в изложении мыслей и логичность в делении текста на смысловые куски. Важно уметь отбирать языковые средства общения согласно тональности разговора и ситуации общения.

Необходимо помнить, что время наибольшей концентрации внимания слушающего к непрерывно звучащему информационному тексту выступающего колеблется от 45 секунд до полутора минут, после чего внимание аудитории к выступлению ослабевает.

Недопустимым в публичной коммуникации является небрежное и грубое отношение к собеседнику или аудитории. Раскрывая требование уважительного речевого поведения во всех ситуациях общения, Н. И. Формановская категорически выступает против грубости: «Уважительное, вежливое общение созидательно, грубость же всегда разрушительна. В языковом выражении, в речевом поведении грубость многолика. Это может быть прямое употребление грубых и нецензурных выражений, может быть оскорбление адресата путем навешивания ярлыков, кличек, прозвищ, „дразнилок“ и т. п. Грубость может выражаться и неупотреблением речевого этикета там, где он ожидается: знакомый не поздоровался, не извинились, не поблагодарили, не поздравили с праздником, не посочувствовали и т. п. Такое обидное „умолчание“ тоже воспринимается как невежливость, грубость» [Формановская, 2010, с. 15].

4. Найти и применять оптимальные варианты *интонирования*. Важно помнить, что интонация — незаменимый инструмент в арсенале творческой деятельности радиожурналиста. Применять интонацию, уметь пользоваться этим бесценным сокровищем человеческого голоса радиожурналисту надо обязательно.

С помощью интонации можно:

1) выделять главное. Устранять помехи, вызванные восприятием побочной, сопутствующей информации, сокращать потери в системе усвоения сообщения и тем самым увеличивать количество семантически важной информации;

2) убеждать. Через эмоциональность и экспрессивность речи усиливать пропагандистский эффект общения;

3) оптимизировать общение, участвуя в создании его психологического фона, психологического контакта с собеседником, слушателем [Васильева и др., 2004, с. 20].

Необходимо соотносить выбранную интонационную окраску с содержанием и смысловой тональностью конкретного текста,

учитывать специфику фактов и характер сообщаемого события: зрелищное оно или шокирующее, чрезвычайное или обыденное, эмоционально яркое или стандартное и т. д. Интонацией можно подчеркнуть оценку или дать понять слушателю отношение автора радиовыступления к сообщаемой информации. Значение интонационного фактора отмечал литературовед М. М. Бахтин: «Интонируя, человек к определенным ценностям занимает активную социальную позицию, обусловленную самими основаниями его общественного бытия» [Бахтин, 1982, с. 73].

Интонация имеет значение для всех вербальных выступлений и жанров радиожурналистики, одно из центральных мест она занимает в жанре радиорепортажа — наиболее динамичного, открытого и детерминированного авторским подходом, открытой композицией и нетривиальной концепцией раскрытия творческой задачи. На радио интонация выполняет акцентную, выделительную функцию в произнесении устного текста, раскрывает самое главное, самое существенное, что журналист хотел бы донести до массовой аудитории. К. Ю. Новиков отмечает: «Репортер должен научиться следить за интонацией, соблюдать логические ударения, логические паузы. Желательно не допускать такой интонации, благодаря которой одна и та же фраза может быть двояко истолкована» [Новиков, 2006, с. 52].

Интонация помогает журналисту раскрыть отношение к происходящему и дать ее оценку. Слушатель воспринимает интонацию как внутреннее состояние выступающего, его искренность или неискренность.

5. Правильно ставить ударения в словах. Для этого надо регулярно заглядывать в словарь ударений и запоминать правильные словарные ударения. Необходимы постоянные самостоятельные тренинги в чтении незнакомых текстов (газетных, художественных, публицистических) с листа; желательно по возможности записывать прочитанное на диктофон и прослушивать себя со стороны.

Основные точечные требования к составлению текста радиопередачи как синтаксического произведения включают в себя следующие актуальные позиции:

— нельзя допускать в тексте нагромождений придаточных предложений, причастных и деепричастных оборотов, отглагольных существительных, а лучше всего вообще отказаться от использования деепричастных оборотов;

— желательно не использовать страдательные причастия и существительные, поставленные в зависимость одно от другого, в одной падежной форме (избегать использования цепочки родительных падежей);

— перечисления не должны выходить за пределы трех кратких пунктов;

— следует исключить скопления фраз с одинаковым синтаксическим строем;

— целесообразно чередовать фразы с разным структурным строем;

— желательно придерживаться лексического разнообразия в подготовке текстов радиопередач.

Для доходчивости общения в диалоге по радио допустимы и даже приветствуются: обратный порядок слов в предложении, риторические вопросы, вводные слова, эмоциональная лексика.

Предложенные правила и рекомендации — базовые, имеют актуальное прикладное значение для профессиональной подготовки радиожурналистов. Практическое применение правил подготовки радиовыступлений дает начинающему журналисту возможность успешной работы в амплу корреспондента, репортера, ведущего информационных и аналитических программ. Базовым является понимание того обстоятельства, что вербальный текст в радиовещании: 1) может быть заблаговременно написан, набран на компьютере во время подготовки передачи и затем прочитан у микрофона; 2) может быть импровизированным, произнесенным без предварительной письменной подготовки во время эфира или записи программы.

Успех выступления по радио профессионала речи и с заранее подготовленным, и с импровизированным текстом зависит от многих факторов. К ним относятся:

— общая просвещенность и образованность автора текста;

— актуальность и своевременность выступления;

- яркость и актуальность проблематики текста;
- достаточная осведомленность автора о главных аспектах темы;
- неформальный, внимательный подход к источникам и методам сбора общественно важной информации;
- внимательное отношение к написанию и редакции собственного текста;
- общее психологическое отношение к тексту как к живому организму;
- искренний подход к делу, к своей работе;
- умение и желание прислушиваться к замечаниям и рекомендациям коллег, рабочий настрой на преодоление возможных трудностей;
- умение и способность мгновенно корректировать свое речевое поведение;
- выработка оптимального интонирования и общей манеры выступления перед микрофоном;
- нацеленность на высокую культуру устной ораторской речи и публичного общения в целом;
- осознанное стремление начинающего журналиста к созданию и поддержанию собственного неповторимого речевого образа в радиопередаче.

Авторы классического учебника по русскому языку и культуре речи отмечают: «Выступать перед микрофоном на радио легко лишь тем счастливым, которые совершенно не обращают на него внимания. Они садятся и начинают говорить так свободно, как будто беседуют в знакомой комнате со своими друзьями, а не в пустой студии, где режиссера и инженера можно видеть только через двойное стекло. Главная трудность при выступлении связана с тем, что беседа перед микрофоном — по существу несколько искусственное дело, не встречающееся в жизни: вы находитесь в одиночестве и говорите в пустой комнате» [Русский язык и культура речи, 2000, с. 269–270].

Речь радиожурналиста должна обладать нормативными речевыми, фоностилистическими характеристиками, такими как тембр, темп, интонация, мелодика высказываний; очень важным являет-

ся умение правильно расставить логические акценты, без ошибок произнести текст в эфире. Откровенно делаясь опытом работы на радио с начинающими журналистами, известный ведущий, публицист Леонид Азарх сказал: «Уверю вас, ибо испробовал и то, и другое, что работа на радио значительно сложнее, чем работа в телеэфире. Там многое спасает картинка. Там слово с нею на равных. А на радио — только слово, только то, как вы сумели его произнести, как вы этому научились» [Ключи к эфиру, 2007, с. 37].

Вербальная коммуникация на радио опирается на произносительно-слуховую систему языка. Тексты, даже написанные, подготовленные заранее, надо говорить, а не читать. Повседневная разговорная, бытовая речь не может служить образцом для копирования в радиовещании — эталоном остается литературный язык и книжная лексика.

Ответственным и внимательным подходом к эфирной работе может служить пример легендарного диктора советского времени Юрия Левитана. Он «готовился к передачам, как к тронным речам. У него под руками всегда были справочники, словари, географические карты, свежие номера газет, чтобы в любую минуту самому проверить даты, названия, фамилии, правильность цитат» [Таранова, 2010, с. 166].

В журналистской работе нет мелочей, любая деталь текста и нюансы его произнесения имеют значение для формирования эфирного образа радиожурналиста. Для современного вещания актуальным остается вопрос предупреждения и преодоления языковой безвкусицы и низкосортности, вульгаризации речи. Агрессивное вторжение в тексты и в практику радиопередач низкой лексики, небрежные и легковесные выступления у микрофона, нивелировка речевых традиций не могут быть приняты как образцовые концепции содержательного и стилистического наполнения радиопрограмм.

Большое значение для подготовки радиожурналиста имеют и нетекстовые факторы, в частности, внимание и способность ведущего максимально полно включиться в работу в трудных и стрессовых условиях прямого эфира: «Ведущий радиопередачи, кроме того что разговаривает со слушателями, следит за хро-

нометражем, поглядывая на студийные часы. Если работает в студии со звукооператором, — то и за его жестами и манипуляциями. Если в студии есть собеседник, то, конечно же, и он становится важнейшим объектом внимания. Диджей, получив по телефону заявку радиослушателя на песню, изловчается, не прерывая разговор со слушателем, найти требуемый музыкальный номер и в нужный момент дать фонограмму в эфир» [Ульянов, 2012, с. 25].

Человеку несведущему труд радиожурналиста может показаться рутинной и банальной работой по поиску информации и представлению ее в эфире. На практике в современном информационном обществе деятельность радиожурналиста представляет собой бурлящую идеями творческую мастерскую, в которой приобретают все большее значение универсальные навыки — умение фотографировать, сделать исходную (рабочую) аудио- и видеозапись, смонтировать готовый сюжет, выложить его и текстовую расшифровку эфирного выступления на официальный сайт радиостанции.

Контрольные вопросы и задания

1. Охарактеризуйте основные требования к эфирным текстам.
2. Раскройте влияние интонации на точность содержания и смысловые акценты сообщаемого по радио текста.
3. В чем заключается секрет импровизированного выступления по радио?
4. Почему для успешного ведения радиопередачи важна культура межличностного общения и повседневная культура речи выступающего?
5. Какие нетекстовые факторы влияют на речевое поведение радиожурналиста у микрофона?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современное радиовещание — это свободный поток, огромный шквал эфирной информации, который каждую секунду обрушивается на сознание слушателя. Большое значение в этом потоке играет Интернет как один из важнейших каналов доставки радиосообщений. Значительно увеличилось и количество вещателей.

Постиндустриальное информационное общество диктует современному человеку новые пути и стереотипы развития. Сам человек становится существом глубоко информационным, неизменно втянутым в информационные потоки. Векторы социума в быстроменяющемся времени и пространстве направлены не только в информационное будущее.

Изменения касаются всех направлений общественного развития. Не случайно наряду с термином *информационное общество* современный социум принято характеризовать как *общество потребления, гражданское общество, демократическое общество*. И конечно, его можно назвать *информационно открытым, плюралистическим* и — с учетом стремительного развития Интернета — *сетевым*.

Глобальная сеть позволила увеличить возможности доступа аудитории к разнообразным радиоканалам. Это не только дало возможность слушателям обращения к любым передачам, но и

породило трудность выбора конкретного радиоканала. Количественный рост радиостанций вызывает необходимость пристального исследования качества их вещания, мотивов и методов общения с радиослушателями, психологических особенностей радиовещания.

Стремительные изменения в современном социуме и эфире радиостанций ведут к трансформациям радиожурналистики, меняют ее. Радиовещание меняется, как меняется жизнь вокруг нас. Во многих случаях поведение радиожурналистов и диджеев на радио становится свободнее, непринужденнее, часто легче, веселее, бесшабашнее, чем в прежние подцензурные времена.

Мода отдельных эфирных «звезд» на скандал, эмоцию, вызывающее поведение и настроение у микрофона — привлекательная, но быстро преходящая, временная. Для аудитории и для журналистского сообщества всегда актуальными остаются непреложные принципы: трудолюбие, социальная ответственность и профессиональная честь.

Работнику любого СМИ, независимо от его значимости и влияния на аудиторию, особенно в аудиовизуальном секторе, важно не только тонко чувствовать конъюнктуру мимолетных, «быстрых» запросов аудитории, но и понимать, что каждое его выступление формирует его профессиональную культуру, общественную и профессиональную репутацию, сказывается на его дальнейшем жизненном пути, влияет на развитие журналистской карьеры.

Деятельность радиожурналиста интересна и многогранна, она готовит ему встречи с сотнями и тысячами замечательных людей, формирует интеллектуальную сферу его бытия, а в дальнейшем может стать хорошей профессиональной площадкой для освоения телевизионного творчества.

В современном эфире бывает трудно найти идеального радиожурналиста, трудно удержаться от критики нынешнего вещания. Но еще труднее начинающему журналисту предъявлять самому себе высокие профессиональные требования.

Задача журналистского творчества заключается в том, чтобы, преодолевая препятствия, добиваться успехов в профессии и ста-

новиться настоящим мастером своего дела. Личного развития и достижений в профессиональной деятельности хочется пожелать всем студентам — будущим корреспондентам, редакторам и ведущим, осваивающим основы журналистского ремесла в сфере радиовещания.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

Азарх Л. Д. «Маленький принц» и большое радио // Телерадиоэфир: история и современность / под ред. Я. Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2005. С. 180–183.

Бахтин М. М. Слово в жизни и слово в поэзии // Поэтика: труды русских и советских поэтических школ / сост. Д. Кирай, А. Ковач. Budapest, 1982.

Бачинин В. А. Психология: энцикл. словарь. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005.

Берг А. И. А. С. Попов — изобретатель радио // Вестник связи. Электросвязь. 1945. № 5.

Берггольц О. Ф. Дневные звёзды; Говорит Ленинград; Статьи / сост. М. Берггольц. Л.: Худож. лит., 1985.

Берггольц О. Ф. Собрание сочинений: в 3 т. Л.: Худож. лит., 1989.

Бернштейн С. И. Язык радио. М.: Наука, 1977.

Болотова Л. А. Отечественное радиовещание в начале XXI века: новые реалии и старые проблемы // Телерадиоэфир: история и современность / под ред. Я. Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2005. С. 147–161.

Большая советская энциклопедия: в 30 т. 3-е изд. Т. 20. М.: Сов. энцикл., 1975.

Борецкий Р. А. В Бермудском треугольнике ТВ / под ред. Я. Н. Засурского. М.: Моск. гос. ун-т, 1999.

Васильева Т. В., Осинский В. Г., Петров Г. Н. Курс радиотелевизионной журналистики: учеб. пособие. СПб.: Спец. лит., 2004.

Дускаева Л. Р. Язык и стиль электронных СМИ // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. 2-е изд., испр. и доп. М.: Флинта; Наука, 2006.

Егоров В. В. На пути к информационному обществу. М.: Аспект Пресс, 2006.

Зарва М. В. Слово в эфире: о языке и стиле радиопередач: справ. пособие. М.: Искусство, 1977; Флинта; Наука, 2011.

Зарецкая Е. Н. Риторика: теория и практика речевой коммуникации. 4-е изд. М.: Дело, 2002.

Засурский Я. Н. Самый открытый источник информации // Телерадиоэфир: история и современность / под ред. Я. Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2005. С. 146.

Засурский Я. Н., Алексеева М. И., Болотова Л. Д. Система средств массовой информации России: учеб. пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2003.

Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации: англо-рус. толковый словарь концепций и терминов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. (21 век: информация и общество).

Иванюк В. В. ФГУП «Российские сети вещания и оповещения»: 80 лет в мире телекоммуникаций // Электросвязь. 2013. № 11. С. 30–31.

Ильченко С. Н., Познин В. Ф., Почкай Е. П. Технологии СМИ: творческие профессии на телевидении и радио. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ф-т журн., 2003.

Касевич В. Б. Семантика. Синтаксис. Морфология. М.: Наука, 1988.

Ключи к эфиру: в 2 кн. Кн. 2. Основы мастерства: опыт, практические советы / под ред. Г. А. Шевелева. М.: Аспект Пресс, 2007.

Ковтун В. Г. От радиожурналов и программ — к блокам вещания: из опыта работы Ленинградского радио // Средства массовой информации в формировании нового мышления: матер. науч.-практ. конф. Л., 19–20 апр. 1989 г. / науч. ред. М. И. Холмов. Л.: Ленингр. ун-т, 1989. С. 54.

Корконосенко С. Г. Основы журналистики: учебник для студентов вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Аспект Пресс, 2009.

Кузнецов Г. В. Первый век радио: от «морзянки» до цифрового стереовещания // Телерадиоэфир: история и современность / под ред. Я. Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2005. С. 164.

Ленин В. И. С чего начать? // Ленин В. И. Полн. собр. соч. 5-е изд. М.: Изд-во полит. лит., 1976. С. 9–11.

МакКуэйл, Дэнис. Журналистика и общество: учебник для журналистов / пер. с англ. М. Ю. Полевой. М.: Моск. гос. ун-т, Медиамир, 2013.

Малая советская энциклопедия: в 10 т. 3-е изд. Т. 6. М.: Сов. энцикл., 1959.

Мельник Г. С., Ким М. Н. Методы журналистики: учеб. пособие. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006.

Минков М. Радиожурналистика. София: Наука и искусство, 1987.

Мудрые мысли: афоризмы, которые изменят вашу жизнь / сост. П. Кошелев. СПб.: Веды, 2009.

Музыря А. А. Искусство слышать мир: молодежи об искусстве. М.: Искусство, 1989.

Новиков К. Ю. Психология детского радиовещания. М.: Компания спутник+, 2006.

Новиков К. Ю. Радиореporter и радиорепортаж в XXI веке: история и трансформация жанра, перспективы профессии. М.: ИКАР, 2005.

Осинский В. Г., Петров Г. Н. Личность на экране: учеб.-метод. матер. к курсу лекций «Теория и практика советской журналистики (радио и телевидение)» / отв. ред. Ю. А. Пашкевич. Л.: Ленингр. гос. ун-т, Ф-т журн., 1989.

Основы творческой деятельности журналиста: учебник для студентов вузов по специальности «Журналистика» / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000.

Познин В. Ф. От пиктограммы до Интернета: краткий очерк развития средств информации и коммуникации: учеб. пособие / отв. ред. Е. П. Почкай. 2-е изд., испр. и доп. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ф-т журн., 2008.

Почкай Е. П. Технология СМИ: выразительные средства телевидения и радио: учеб. пособие для студентов ф-та журн. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ф-т журн., 2000.

Радио. Блокада. Ленинград: сб. статей и воспоминаний / сост. Т. В. Васильева, В. Г. Ковтун, В. Г. Осинский. СПб.: Спец. лит., 2005.

Радиожурналистика: учебник / под ред. А. А. Шереля. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2000.

Ружников В. Н. Отечественная радиожурналистика на Великой войне (1941–1945) // *Телерадиоэфир: история и современность* / под ред. Я. Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2005. С. 224.

Ружников В. Н. Отечественное радиовещание: пути и проблемы становления (ретроспектива и современность): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 1992.

Русский язык и культура речи: учебник / под ред. В. И. Максимова. М.: Гардарики, 2000.

Рыбкин П. Н. Воспоминания об изобретателе беспроводного телеграфа Александре Степановиче Попове // Радиолобитель. 1925. № 6. С. 124.

Сидоров В. А. Роль радиовещания в формировании нового мышления // Средства массовой информации в формировании нового мышления: матер. науч.-практ. конф. Л., 19–20 апр. 1989 г. / науч. ред. М. И. Холмов. Л.: Ленингр. ун-т, 1989. С. 51.

Смирнов В. В. Актуальные проблемы журналистики. Ростов-н/Д: Старые русские, 2000.

Смирнов В. В. Жанровая система радиожурналистики: история, теория, особенности функционирования. Ростов-н/Д: Изд-во Ростов. ун-та, 2006.

Смирнов В. В. Жанры радиожурналистики: учеб. пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2002а.

Смирнов В. В. Радиожурналистика в современном эфире: учеб. пособие. Таганрог: Центр развития личности, 2007.

Смирнов В. В. Формы вещания: функции, типология, структура радиопрограмм: учеб. пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2002б.

Современный русский язык / под ред. Л. Р. Дускаевой. СПб.: Питер, 2014.

Таранова, Элла. Левитан: голос Сталина. СПб.: Партнер, 2010.

Тоффлер, Элвин. Третья волна. М.: АСТ, 1999.

Ульянов В. В. Быть услышанным и понятым: техника и культура речи. СПб.: БХВ-Петербург, 2012.

Формановская Н. И. Культура общения и речевого поведения: 2-е изд., испр. и доп. М.: ИКАР, 2010.

Цвик В. Л., Назарова Я. В. Телевизионные новости России: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2002.

Чантлер Пол, Стюарт, Питер. Основы радиожурналистики / пер. с англ. Г. В. Кочегаровой; под ред. Т. Н. Яковлевой-Нельсонпер. М.: ГИТР, 2008.

Яковлев И. П. Основы теорий коммуникаций: учеб. пособие. СПб.: Ин-т управления и экономики, 2001.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная

Васильева, Т. В. Позывные мужества : опыт Ленинградского блокадного радио / Т. В. Васильева, В. Г. Ковтун, В. Г. Осинский. СПб. : Спец. лит., 2009. 160 с.

Говорит и показывает кафедра телерадиожурналистики : сб. статей. Вып. 4 / под ред. С. Н. Ильченко. СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2014. 242 с.

Зарва, М. В. Слово в эфире : о языке и стиле радиопередач : произношение в радио- и телевизионной речи : справ. пособие / М. В. Зарва. М. : Наука, Флинта, 2011 . 374 с. (Стилистическое наследие).

Лебедева, Т. В. Жанры радиожурналистики : учеб. пособие / Т. В. Лебедева. М. : Аспект Пресс, 2012. 224 с.

Рихтер, С. Г. Цифровое радиовещание / С. Г. Рихтер. М. : Горячая Линия — Телеком, 2004 . 352 с.

Телерадиожурналистика в упражнениях, тренингах и творческих практиках : метод. матер. для преподавателей / под ред. М. А. Бережной. СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2014. 204 с.

Телерадиоэфир Ленинграда — Петербурга : время и люди : очерки истории Ленинградского — Петербургского радио и телевидения / С. Ю. Агапитова, И. Н. Алухтин, М. А. Бережная и др. ; под общ. ред. С. Н. Ильченко, В. Г. Осинского, Ю. В. Клюева. СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2014. 352 с.

Ульянов, Владимир. Быть услышанным и понятным : техника и культура речи : лекции и практ. занятия / Владимир Ульянов. СПб. : БХВ-Петербург, 2011. 208 с. (Лаборатория творчества).

Шейн, В. Н. Современная радиожурналистика : теория и практика : учеб. пособие для специальности аудиовизуальная журналистика / В. Н. Шейн. Минск : Белорус. гос. ун-т., 2010. 151 с.

Яременко, Н. Н. Как стать радиожурналистом : работа на радио в вопросах и ответах / Н. Н. Яременко. М. : Этерна, 2011. 272 с.

Д о п о л н и т е л ь н а я

Васильева, Т. В. Теле- и радиoinформация : учеб. пособие / Т. В. Васильева, В. Г. Осинский, Л. А. Рукавишников. Л. : Ленингр. ун-т, Ф-т журн., 1987. 63 с.

Вольный сын эфира : мэтр российской радиожурналистики Матвей Фролов — глазами коллег и друзей : репортаж-воспоминание / сост. Олег Сердобольский. СПб. : С.-Петербург. Союз журн., 1997. 208 с.

Говорит и показывает кафедра радио и телевидения. Вып. 2 / под ред. С. Н. Ильченко, В. Г. Осинского, Г. Н. Петрова. СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Ф-т журн., 2004. 284 с.

Дубровин, В. Б. К истории советского радиовещания / В. Б. Дубровин. Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1972. 78 с.

Егоров, В. В. Основы государственной политики в области электронных СМИ / В. В. Егоров. Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2001. 312 с.

Клюев, Ю. В. Радиовещание Ленинграда — Петербурга (1980 — 2000 годы) : учеб. пособие / Ю. В. Клюев. СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Ф-т журн., 2006.

Ключи к эфиру : в 2 кн. / под ред. Г. А. Шевелева. Кн. 1. Радиожурналист и политика. М. : Аспект Пресс, 2007. 205 с. ; кн. 2. Основы мастерства : опыт, практические советы. 270 с. (Мастер-класс радиостанции «Маяк»).

Мархасёв, Лев. XX век в легком жанре (взгляд из Петербурга — Петрограда — Ленинграда) : хронограф музыкальной эстрады 1900–1980 годов / Лев Мархасёв. СПб. : Композитор, 2006. 504 с.

Мархасёв, Лев. Белки в колесе : записки из Дома радио / Лев Мархасёв. СПб. : Лики России, 2004. 280 с.

Мархасёв, Лев. След в эфире : воспоминания и заметки / Лев Мархасёв. СПб. : Лики России, 2004.

- Палладин, П. А.* Ленинградское радио : от блокады до «оттепели» / П. А. Палладин, М. Г. Зегер, А. А. Вьюник. М. : Искусство, 1991. 188 с.
- Смирнов, В. В.* Жанры радиожурналистики : учеб. пособие для вузов / В. В. Смирнов. М. : Аспект Пресс, 2002. 288 с.
- Смирнов, В. В.* Формы вещания : функции, типология, структура радиопрограмм / В. В. Смирнов. М. : Аспект Пресс, 2002. 203 с.
- Фролов, М. Л.* Репортер у микрофона / М. Л. Фролов. Л., 1966. 232 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

СОЗДАТЕЛЬ БЕСПРОВОЛОЧНОГО ТЕЛЕГРАФА А. С. ПОПОВ

(ВОСПОМИНАНИЯ РАДИОТЕХНИКА П. Н. РЫБКИНА)

Обстоятельствами создания беспроводного радио П. Н. Рыбкин (радиотехник, лаборант и ассистент А. С. Попова) поделился в 1925 г. с читателями журнала «Радиолобитель» [Рыбкин, 1925, с. 124]:

7 мая (25-го апреля ст. стиля) 1895 г. А. С. Попов делает в заседании Физического Отделения Русского Физико-Химического Общества свое знаменитое сообщение «Об отношении металлических порошков к электрическим колебаниям» и впервые знакомит ученый мир со своим открытием. Дата 7 мая 1895 года и признана датой изобретения беспроводного телеграфа.

В 1896 году А. С. Попов конструирует лекционный прибор для демонстрации опытов Герца с электрическими колебаниями и демонстрирует его на заседании Физического Отделения Русского Физико-Химического Общества 12 марта 1896 года. Летом 1896 года газеты впервые оповещают об опытах Маркони за границей. Морское командование обратило внимание на опыт А. С. Попова, и ему было предложено их воспроизвести на судах Учебно-Минного Отряда.

А. С. Попов перед своим отъездом в Нижний Новгород деятельно готовится к предстоящим опытам в районе Кронштадтской гавани. За отъездом в Нижний, лично руководить опытами А. С. Попов не имеет возможности, и ведение их поручает мне, как постоянному и ближайшему своему помощнику.

Насколько трудны были условия нашей работы, видно из отрывков писем, которыми нам пришлось довольно часто обмениваться за это лето. Особенно удручало А. С. Попова полное отсутствие средств для проведения опытов в большем масштабе. «Что касается денег, — пишет А. С. в письме ко мне, помеченном 21 июня 1897 года, — то можно задержать в Кронштадте и расходовать на уплату мелких расходов мое июльское жалованье». Несмотря на полное отсутствие средств, без от-

правительного провода в этом году удалось достигнуть радиопередачи на расстоянии 4-х верст. Вот, что пишет А. С. по этому поводу в своем письме от 24 июля 1897 года: «Очень обрадован я был Вашим последним письмом, если бы ничего больше не было получено в этом году, то для интереса зимних опытов достаточно».

Успехи первых летних опытов (опыты 1898 года) заставили Морское ведомство уделить больше внимания беспроволочному телеграфу, как единственному средству связи корабля с берегом. Были опущены небольшие средства и опыты решено было вести в большем масштабе. Летние опыты 1898 года с введением отправительной (передающей). — Ю. К.) сети довели деятельность радиопередачи между судами Учебно-Минного Отряда до 6-ти миль.

С изобретения радиотелеграфа в 1898 году прошло четыре года, за этот период достигнуто значительное расстояние 6-ти миль. Но эти опыты были мало доступны для других и даже самому изобретателю стоили громадного напряжения. Опыты не всегда давали удовлетворительные результаты, многие радиотелеграммы не доходили полностью до места своего назначения.

В следующем 1899 г. обстановка опытов по радиотелеграфированию сразу изменилась к лучшему. Во время очередных испытаний станций случайно была потеряна связь между ними. Приемная станция в это время была установлена на форту Милютина, и неудача опыта произошла от ее порчи. При проверке исправности цепи телефона он был введен в цепь когерера и, к удивлению моему и помощника моего капитана Троицкого, мы в телефон ясно услышали телеграммы, посылаемые с отправительной станции.

Так в мае месяце 1899 года впервые была доказана возможность приема радио на телефон. Во время этих опытов А. С. Попов был за границей, и ему была отправлена срочная телеграмма о новом открытом свойстве его когерера; А. С. Попов не замедлил вернуться домой, чтобы самому руководить дальнейшими опытами.

Скоро было отмечено, что дальность передачи при приеме на телефон превзошла все наши ожидания, и при опытах с миноносцем она получилась около 25-ти миль. В этих опытах горячее участие принимал командир миноносца № 119, лейтенант Е. В. Колбасев. Успехи, достигнутые А. С. Поповым за разбираемый период, скоро блестяще были применены на практике.

П Р И Л О Ж Е Н И Е 2

ПРОГРАММА ПЕРЕДАЧ ПЕРВОЙ ПРОГРАММЫ ВСЕСОЮЗНОГО РАДИО НА 30 ИЮЛЯ — 5 АВГУСТА 1984 г. (Правда. 1984. 30 июля)

Понедельник, 30 июля

8.45 — М. Кажлаев — фантазия для симфонического оркестра «Утро Родины». 9.15 — Писатели у микрофона. И. Синицын «Труд в радость». 9.40 — «Ветеранам труда». Концерт. 10.15 — Пионерская зорька. 10.35 — Радио — малышам. 10.50 — «В эфире — Колокольчики». Концерт. 11.15 — Киргизия музыкальная. Концерт. 12.01 — Время, события, люди. 12.40 — В рабочий полдень. 13.05 — Ю. Семенов «Приказано выжить». Инсценированные страницы романа. 14.00 — Фрагменты из балетов П. Чайковского «Щелкунчик» и «Спящая красавица». 14.35 — Ю. Друнина. Стихи. 15.15 — Выступают ансамбль «Жигули» г. Куйбышева и оркестр баянистов г. Ленинграда. 15.45 — «Здоровье». 16.00 — Передачи для детей. 17.15 — «Юность». 18.00 — В. Калинин — Симфония № 1. 18.40 — Человек и закон. Радиожурнал. 19.31 — «Вам, труженики сельского хозяйства». Концерт по заявкам. 20.00 — Наши встречи. 20.30 — Ф. Лист — «Мефисто-вальс». 20.45 — Международный дневник. 21.00 — Взрослым — о детях. «Наши друзья — витамины». 21.15 — Новости музыкальной жизни. 22.30 — Эстрадный концерт. Солист — М. Магомаев. 23.05 — «Юность». «Интерклуб». Навстречу XII Всемирному фестивалю молодежи и студентов.

Вторник, 31 июля

8.45 — Народные мелодии. 9.15 — Поэтическая тетрадь. 9.45 — Поэт В. Толкунова. 10.15 — Пионерская зорька. 10.35 — Радио — малышам. 11.15 — Концерт Л. Зыкиной и русского инструментального ансамбля «Россия». 12.01 — Время, события люди. 12.40 — В рабочий полдень. 13.10 — Ю. Семенов «Приказано выжить». Инсценированные страницы романа. 14.00 — Наука и техника. Радиожурнал. 14.30 — Песни В. Захарова. 15.15 — Мелодии М. Таривердиева и А. Петрова

из кино- и телефильмов. 15.45 — В странах социализма. 16.00 — «Ровесники». 17.15 — «Юность». 18.00 — Эстрадный концерт. 18.40 — Работа о женщине. 19.31 — Театр у микрофона. А. Лауринчюкас «Средняя американка». В антракте (20.39) — Международный дневник. 21.24 — Романсы и дуэты М. Глинки и П. Чайковского. 22.30 — Выдающиеся исполнители. Дирижер К. Иванов. 23.05 — «Юность». «Товарищ песня».

Среда, 1 августа

8.45 — Поет В. Оруметс. 9.15 — «Целинная нива». Стихи казахских поэтов. 9.45 — Виртуозные пьесы Н. Паганини и П. Сарасате. 10.15 — Пионерская зорька. 10.35 — Радио — малышам. 10.45 — «Пригласительный билет». 11.15 — Фрагменты из оперы Ж. Бизе «Кармен». 12.01 — Время, события, люди. 12.40 — В рабочий полдень. 13.10 — Ю. Семенов «Приказано выжить». Инсценированные страницы романа. 14.00 — «Красный! Желтый! Зеленый!» 14.30 — «Для тех, кто в пути». Концерт. 15.15 — Эстрадный концерт с участием артистов социалистических стран. 15.45 — На темы дня. 16.00 — Передачи для детей. 17.15 — «Юность». 18.00 — Концерт артистов оперетты. 18.40 — Ленинский университет миллионов. «Особенности идеологической борьбы на современном этапе». Беседа. 19.31 — Страницы жизни замечательных людей. Н. Н. Бурденко. 20.45 — Международный дневник. 21.00 — «Вам, труженики сельского хозяйства». Концерт. 22.30 — Б. Ручьев. Стихотворения и поэмы. 23.05 — Эстрадные мелодии композиторов союзных республик.

Четверг, 2 августа

8.45 — «Веселье наигрыши». 9.15 — Писатели у микрофона. Ю. Гальперин «Москва — Будапешт». 9.45 — Выступает концертный ансамбль электромузыкальных инструментов. 10.15 — «Внимание, на старт!» 10.35 — Радиотеатр «Малыш». 11.15 — Эстрадный концерт. 12.01 — Время, события, люди. 12.40 — В рабочий полдень. 13.10 — Ю. Семенов «Приказано выжить». Инсценированные страницы романа. Заключительная передача. 14.00 — А. Хачатурян — Концерт-рапсодия для фортепьяно с оркестром. 14.30 — «Встречи на советской земле». Говорят зарубежные гости. 14.40 — Украинские народные песни. Исполняют З. Христич, Н. Кондратюк. 15.15 — Музыкальная передача из Берлина. 15.45 — Актуальные проблемы международной жизни. 16.00 — «Ровес-

ники». 17.15 — «Юность». 18.00 — Мелодии Днестра. Концерт солистов и музыкальных коллективов Молдавской ССР. 18.40 — Советы садоводам и огородникам. 19.31 — Ф. Эрве — оперетта «Мадемузель Нитуш» (монтаж). 20.21 — Концерт из произведений М. Глинки. 20.45 — Международный дневник. 21.00 — «Поэтическое содружество». Радиокomпозиция. К 50-летию первого съезда советских писателей. 21.51 — Пьесы для гитары. 22.30 — Песни и инструментальная музыка Р. Паулса. 23.05 — «Юность». Для бойцов студенческих отрядов.

Пятница, 3 августа

8.45 — Мелодии А. Пахмутовой. 9.15 — Писатели у микрофона. А. Пиштунова «Россия Ильи Репина» (К 140-летию со дня рождения). 9.55 — Инструментальные миниатюры. 10.15 — Пионерская зорька. 10.35 — Школьникам. С. Маршак «Радуга-дуга». Стихи и сказки. 11.15 — Концерт В. Третьякова и симфонического оркестра Московской филармонии. 12.01 — Время, события, люди. 12.40 — В рабочий полдень. 13.10 — Мастера советской поэзии. Г. Абашидзе. 13.50 — Играет инструментальный ансамбль «Рококо». 14.00 — Голоса друзей. 14.30 — «Песни Родины моей». Концерт (Азербайджанское радио). 15.15 — Р. Щедрин — Концерт № 1 для фортепьяно с оркестром. Солист — Р. Щедрин. 15.40 — «Товары, услуги, качество». Радиожурнал. 16.00 — В детском радиотеатре. А. Алексин «Поздний ребенок». 17.15 — «Юность». 18.00 — Концерт народной музыки. 18.40 — Песни М. Минкова. 19.31 — Вечерний концерт. 20.15 — «Международное положение. Вопросы и ответы». 21.00 — Встреча с песней. 22.30 — «С улыбкой». Юмористическая передача 23.05 — «Юность». Музыкальная передача по письмам молодежи.

Суббота, 4 августа

8.45 — Взрослым — о детях. «Большая семья». Радиоочерк. 9.15 — «Юность». «Здравствуй, товарищ!» 10.15 — Пионерская зорька. 10.35 — А. Дворжак — «Славянский танец» № 8. 10.40 — «Здоровье». 11.00 — В. Федоров. Стихи. 11.15 — Музыкальный глобус. 12.01 — Время, события, люди. 12.40 — «Вы нам писали». Юмористическая передача. 13.15 — Песни М. Блантера. Исполняют Т. Синявская и оркестр русских народных инструментов. 14.00 — «Служу Советскому Союзу!» Радиожурнал. Выпуск для пограничников. 14.30 — «Вам, товарищи войны». Концерт. 15.15 — Концерт Большого симфонического оркестра ВР и ЦТ. 16.00 — В детском радиотеатре. К. Икрамов «Круглая печать». Часть 1-я. 17.15 — «Юность». 18.00 — Сатирический микро-

фон. 18.20 — «Для вас, ветераны Великой Отечественной...» Концерт. 19.31 — Концерт оркестра симфонической и эстрадной музыки ВР и ЦТ. 20.45 — Международный дневник. 21.00 — Час юмористического рассказа. 22.30 — «Добрый вечер!» Музыкальная программа.

Воскресенье, 5 августа

8.45 — Взрослым — о детях. «Воспитывать примером». Беседа. 9.15 — «С добрым утром!» 10.15 — Пионерская зорька. 10.35 — «Радионяня». 11.00 — По странам и континентам. 11.20 — Концерт по заявкам железнодорожников. 12.01 — Время, события, люди. 12.40 — М. Турнье — концертный этюд «Рассвет». 12.45 — В мире слов. 13.10 — Поэт А. Днишев. 14.00 — Почта радио. 14.30 — Концерт по заявкам радиослушателей. 15.15 — Выступает Образцовый оркестр Министерства путей сообщения. 15.30 — Международные обозреватели за «круглым столом». 16.00 — В детском радиотеатре. К. Икрамов «Круглая печать». Часть 2-я. 17.15 — «Юность». 18.00 — «Большой театр СССР. Спектакли, встречи». 19.30 — Эстрадный концерт. 20.30 — «Артисты на все времена». 22.30 — И. Брамс — Фантазии из цикла «Сувенир для России» для фортепьяно в четыре руки. 22.40 — Спортивный дневник. 23.05 — «Юность».

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

ПРОГРАММНЫЙ ДИРЕКТОР РАДИОСТАНЦИИ — ОТВЕТСТВЕННЫЙ ЗА ВСЁ

(ИНТЕРВЬЮ С ВЕДУЩЕЙ РАДИОПРОГРАММ

МАРГАРИТОЙ НАБОКОВОЙ. — URL: [HTTP://WWW.MEDIAJOBS.RU/
CAREER/INDEX.JSP?INTERVIEW=54&FROM=11](http://www.mediajobs.ru/career/index.jsp?interview=54&from=11))

Маргариту Набокову нет необходимости представлять публике. Всякий, кто слушает радио, наверняка помнит, что Маргарита была программным директором, продюсером, ведущей таких радиостанций, как «Европа Плюс», «Радио ретро», «Радио 101», «Джаз», «Классик». Сегодня она — заместитель начальника отдела программного вещания радиостанции «Милицейская волна». О профессии программного директора радио Маргарита знает, похоже, все.

— *Расскажите, каков круг обязанностей программного директора радиостанции, какими знаниями и навыками он должен обладать?*

— Круг знаний программного директора должен быть весьма широк. Прежде всего необходимо знать музыку. Ну, уж если не знать, то четко понимать формат, в котором работает радиостанция. Многие делают музыкальный редактор, но программный директор обязан быть «в материале». Неплохо, если человек, занимающий эту должность, владеет основами речи, актерского мастерства, представляет себе профессию ди-джея. В противном случае ему сложно будет разговаривать с теми же ди-джеями, выставлять им какие-то требования. Программный директор должен быть отчасти психологом, стратегом, в какой-то степени маркетологом.

— *Для чего нужна психология?*

— Для работы с персоналом. Ведь ди-джеи как дети. Они вроде актеров. Люди творческих профессий обычно считают себя особенными, и на замечания реагируют чаще всего неадекватно. Приходится разговаривать и с актерами, которые «крутятся» на радиостанции. Необходимо уметь отказывать, уметь объяснить, почему именно эту песню ставить можно, а ту нельзя. Программный директор должен иметь «подходы» к коммерческому отделу и всем остальным службам, кото-

рые пытаются загрузить эфир своими, параллельными программами, которые не всегда совпадают с концепцией вещания. Без знания психологии тут не обойтись.

— *Иными словами, для этой профессии необходим жесткий характер?*

— Да. Но, к сожалению, в последнее время тенденция такова, что работодателю гораздо легче взять на должность программного директора человека с мягким характером, который готов слепо выполнять распоряжения начальства, которого в любой момент легко поменять. Жесткий человек со своим мнением не очень удобен.

— *Программному директору, по вашим словам, нужно знать и маркетинг?*

— На некоторых радиостанциях работают профессиональные маркетологи, проводятся медиаисследования. Программный директор обязан иметь минимальные знания, чтобы разбираться в этом предмете, понимать, о чем идет речь. Еще человеку этой профессии надо обладать навыками продюсера, ибо не на всех радиостанциях существует такая должность. А продакшн, отданный на откуп рядовому звукорежиссеру, представляет жалкое зрелище. Поэтому чаще всего, особенно на региональных станциях, эти обязанности выполняет программный директор. Словом, круг знаний необходим весьма широкий. Интенсивность работы очень велика.

— *Но известно, что программных директоров радио не готовят ни в творческих вузах, ни на факультетах журналистики. Откуда же они берутся?*

— Действительно, людей этой специальности нигде не готовят. Чаще всего программные директора «вырастают» из ди-джеев. Иногда — из музыкальных редакторов. Правда, в последнее время наметилась тенденция, мне непонятная, когда в профессию приходят люди неизвестно откуда. Для меня загадка — что эти люди умеют. А тех, кто прошел, как говорят, огонь, воду и медные трубы, можно пересчитать по пальцам. Прекрасным программным директором «Нашего радио» был Михаил Козырев, он уже там не работает. На должность программного директора «Европы плюс» недавно назначен Роман Олегов. Он, кстати, вырос из ди-джеев.

— *Насколько продуктивно, когда ди-джей становится программным директором?*

— Вполне продуктивно с той точки зрения, что он, во-первых, изначально знает музыку. Как правило, ди-джеи становятся программными

на той же станции, где работали. Иногда переходят на другую, но имея определенный background. Бывший ди-джей, коль долго продержался в эфире, умеет говорить, обладает техникой речи в той или иной степени. Основные знания он получил, будучи ди-джем. Другие приобрел, работая музыкальным редактором. Став программным директором, человек уже «готов», остается лишь добрать то, что не добрал прежде.

— *Некоторые радиостанции музыкального формата раскручиваются успешно, их рейтинги растут. А другие как-то незаметно увядают. Есть ли в этом «заслуга» программного директора, или с его деятельностью успех и неуспех не связаны?*

— И связаны, и нет. Дело в том, что, к сожалению, программный директор не всегда выбирает формат, в котором работает радиостанция. Чаще бывает так. Работает, скажем. В формате «Х». Каждый день к директору приходит кто-то из руководства. «А поставь-ка эту песню, мне кажется, она годится». Или: «Поставь эту песню, нашему хозяину она нравится». Или: «Жене хозяина нравится этот певец, почему он у нас не крутится?» Аргумент в пользу того, что данный певец поет в ином формате, не принимают. А бывает еще хуже: «Мой муж пел лет 15 в группе, хоч, чтобы его песни звучали у нас».

— *То есть влияет вкусовщина?*

— Часто. Там, где вкусовщины нет, где к радио относятся как к бизнесу и делают правильные ставки, станция развивается успешно. Немаловажно и то, без чего ни одна станция не двинется с места — PR. Радиостанции, которые не жалеют денег на PR, проскакивают вперед. Те, которые экономят на этом, остаются в хвосте.

— *PR входит в компетенцию программного директора?*

— Только с совещательным голосом. Для этого есть специальный отдел. Но без одобрения программного нет допуска PR-акций в эфир.

— *Для программного директора есть разделение по функциональному признаку музыка — новости?*

— Не совсем так. В идеале программному директору подчиняется руководитель службы информации. Он командует своими журналистами, получая задания от программного.

— *Что написано в вашей должностной инструкции?*

— Не знаю! У меня была одна инструкция: «Рита, сделай всё!» Мне было просто, я знала, что делаю всё.

— *Программный директор радио принадлежит к творческой элите. И как оплачивается его труд?*

— В каждом холдинге по-разному. Если повезло попасть туда, где понимают, что программный директор для станции важен, платят нормально, подразумевая, что человек работает 24 часа в сутки. У меня телефон, когда работала программным директором, не смолкал ни днем, ни ночью. В любое время звонили, задавали вопросы, сообщали, что случилось. Как правило, это было связано с ди-джеями или журналистами, с прямым эфиром. Что-то вылетело, кто-то заболел и так далее. Программный директор краем уха всегда слышит, что происходит в эфире. Поэтому, на мой взгляд, плата за этот труд должна быть достаточно высока. Могу сказать, что проблема касается и ди-джеев, и звукорежиссеров. Просто есть недобросовестные работодатели.

— *Вы хотели бы, чтобы кто-то из ваших троих детей избрал эту профессию?*

— Они уже выбрали, мне не удалось повлиять на них тем или иным образом. Увлечлись другими делами.

— *Работа программного директора очень нелегкая, если судить по вашему рассказу...*

— Но интересная. Так что если младшая дочь выберет эту специальность, я не буду против.

Учебное издание

Юрий Владимирович Ключев

РАДИОЖУРНАЛИСТИКА: ОСНОВЫ ПРОФЕССИИ

Учебное пособие

Редактор И. А. Богданова

Макет и оформление обложки: *П. Ч. Хан*

Верстка: *Е. П. Смирнова*

Подписано в печать 31.03.2015.

Формат 60x84/16. Гарнитура CharterITC.

Печ. л. 9,5. Тираж 70 экз. Заказ № 6.

Отдел допечатной подготовки

Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

Санкт-Петербургского государственного университета

199004, Санкт-Петербург, 1-я линия В.О., д. 26.