

«Работа представляет собой комплексное исследование, посвященное важной проблеме современного радиовещания, вносит оригинальное решение в ряд серьезных проблем современной радиожурналистики, актуальных и для практики массового вещания. Н.Барабаи продемонстрировала обширную эрудицию, формулируя свои наблюдения и выводы, опираясь на значительный фактический материал, а также личный опыт работы в качестве ведущей на нескольких информационно-музыкальных радиостанциях»



Королева

Марина Королева,
ведущая программ радио «Эхо Москвы»,
зам. глав. редактора по журналистским кадрам р/станции «Эхо
Москвы»,
кандидат психологических наук.

«Хочется отметить практическую значимость исследования и для теоретиков массовых коммуникаций, и для практиков-радиожурналистов. Автор предлагает новые решения ряда актуальных научных и практических проблем по организации профессиональной подготовки кадров. Исследование написано живым языком, концепции и выводы опираются на глубоко проанализированные наблюдения над практикой современного радиовещания».

Бэла

Бэла Дмитриевна Гаймакова,
профессор, зав. кафедрой основ риторики и дикторского мастерства
Института повышения квалификации работников телевидения и
радиовещания (ИПК ТВ и РВ)

«Наталья Барабаиш проявила себя как серьезный исследователь, хорошо знающий исторические корни и специфику практической работы радиожурналиста у микрофона, эволюцию социальных и профессиональных требований этого вида творческой деятельности. Опираясь на анализ практики отечественных радиожурналистов и ряда их зарубежных коллег, автор продемонстрировала умение анализировать особенности процесса развития радиожурналистики в различных социальных условиях. Автор также предложила принципиально новую версию типологии ведущих передач на современных информационно-музыкальных радиостанциях - в этом ей существенно помог личный опыт работы в эфире. Работа вносит определенный вклад в современную науку о журналистике, и, безусловно, имеет практическое значение».



Александр Аркадьевич Шерель,

профессор, доктор искусствоведения,

доцент кафедры ТВ и РВ

факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова

«Многогранная и разнообразная деятельность радиожурналиста - ведущего радиоэфира до сих пор остается крайне мало изученным предметом. Этим определяется актуальность, новизна и теоретическое значение данного исследования. При этом, в центре внимания оказывается, прежде всего, проблема персонификации эфира (это достаточно убедительно показано в работе на примере деятельности радиостанции «Ракурс»). Теоретическая и практическая ценность проведенного исследования очевидны. Следует особо подчеркнуть, что работа Н.С. Барабаш является убедительным примером того, каким плодотворным может стать научное исследование, если оно вызвано к жизни практикой».



**Владимир Маркович Магидов,
профессор,
доктор исторических наук,
зав. кафедрой аудиовизуальных документов и архивов РГГУ,
академик Российской Академии естественных наук (РАЕН),
член союза кинематографистов России.**

«Analyzing the extensive empirical sources and practice of Russian and European radio presenters, Natalia Barabash displayed the professional erudition and understanding of radio broadcasting process in the system of mass media. Ms. Barabash has also expressed her ability in clarifying and analyzing as general questions as particulars of the radio journalism development in different social conditions. The researcher gathered interesting empirical sources; the most part of them has been reviewed for the first time.

Ms. Barabash added some fruitful observations and conclusions concerning the particularity radio journalism in modern Russia and revealed the number of factors of influence of some foreign radio presenters on Russian most popular radio journalists. It is significant that the author has also leaned on her personal experience as radio presenter. Proposed the radio presenters' typology is not only quite interesting but also could stimulate the development of some new methods for training the young radio presenters who are just going to work on the air”.

Перевод: «Анализируя обширный эмпирический материал и опираясь на анализ практики отечественных и зарубежных радиожурналистов, Наталья Барабаш продемонстрировала профессиональную эрудицию и понимание процессов развития радиовещания в системе современных СМИ. Автор также выявил как общие вопросы, так и частности общего процесса развития радиожурналистики в различных социальных условиях. Собранный в работе материал, включая примеры работы радиоведущих в эфире, представлен впервые.

Н. Барабаш сделала ряд плодотворных выводов и заключений, касающихся особенностей современного отечественного радиовещания, а также степени влияния методов работы ряда популярных зарубежных ведущих на практику некоторых российских радиодиджеев. Важно также отметить, что автор опирается на собственный опыт работы у микрофона. Предложенная типология радиоведущих не только интересна сама по себе, но и вносит определенный вклад в развитие новых методов обучения молодых радиоведущих, только

начинающих свой путь в радиоэфире»).



Professor Yassen N. Zassoursky (профессор Ясен Николаевич Засурский),

Ph. D in Philology (Доктор филологических наук),

President the faculty of journalism M.V. Lomonosov Moscow State University /

Президент факультета журналистики МГУ им. Ломоносова.

Dean the faculty of journalism M.V. Lomonosov Moscow State University (1965 to 2007)/ Декан факультета журналистики МГУ им. Ломоносова с 1965 по 2007

Вместо предисловия. Как я превратила свою мечту в реальность.

**Чтобы получить желаемое, нужно
отказаться от собственной легенды о
том, почему Вы не можете это иметь.**

Тим Роббинс

В самом начале 90-х, когда мне было 16, я заболела радио. Ходила в школу, а после по вечерам слушала **радио SNC** – радио Стаса Намина на средних волнах. Это была **культовая радиостанция**, где каждый дневной, и вечерний эфиры (в целом по пять-шесть часов, принадлежали одному ведущему и ты знал, кто и когда будет вести свой эфир. В рамках этого эфира был целый ряд авторских программ и ты тоже знал, кто из них какую ведет и во сколько.

Моим любимыми ведущим был **Эркин Тузмухамедов** (экс-директор группы «Тайм-Аут» и ведущий «алкогольной» рубрики в одном из глянцевого журналов столицы). Он был большим поклонником **The Beatles** и красивых девушек, здорово шутил, был классным собеседником, у него был отличный английский и масса интереснейшей информации о **The Beatles** – о старых и новых альбомах экс-музыкантов, информацию, которую в начале 90-х можно было только привезти (в виде музыкальных журналов) было неоткуда, кроме как привезти из Европы и США, чем и покорило мое юное сердце.

Позже моим «радиокумиром» стал **Антон Курепов**, «подсадивший» меня на **Queen** и **Фредди Меркьюри**. Как я выяснила позже от людей, работавших с ним на **SNC**, **Антон до этого имел о Queen весьма приблизительное представление**, но будучи актером по образованию, он делал совершенно выдающиеся программы, немного театральные, очень яркие и запоминающиеся и обладал при этом очень красивым мягким тембром голоса, что завораживало и подкупало.

Отчасти из-за **SNC**, отчасти потому, что я не поступила после выпускного с первого раза на **юрфак Университета Дружбы народов им. Патриса Лумумбы** (о чем ничуть не жалею), отчасти от того, что так сложились звезды (а это действительно «перст судьбы», ибо у меня никогда и мысли не было поступить на **юрфак МГУ им. М.В. Ломоносова**, равно как и впоследствии защитить там же диссертацию). Однако, уже неплохо написав творческое сочинение и мой пламенно-страстный рассказ об **SNC** и о том, как мне бы хотелось работать в прямом эфире и ставить музыку, которую я люблю, по-видимому, впечатлил профессоров журфака и я прошла и творческое собеседование.

Уже учась на первом курсе, где-то во втором семестре я уже работала на радио. Сначала это было **радио «Маяк»**, подробности помню смутно, но припоминаю, что в эфир прошел

один репортаж про распустившиеся азалии в Ботаническом саду МГУ. Причем один из боссов – координаторов дневного эфира, который меня курировал, с удивлением заявил **моей маме**, с которой имел непродолжительную беседу относительно **моих «радийных» способностей**: **«Странно, обычно у новичков такая боязнь микрофона, а Наташа села и за 5 минут записала репортаж. В голосе не было никакого мандража».**

Правда, **еще пару моих репортажей** он благополучно «зарубил», в целом, по делу, так как **сделанные мной интервью** звучали довольно беспомощно и бесцветно. Надо сказать, так как «Маяк» был проводной радиостанцией, и трехпрограммник стоял чуть ли не на каждой кухне, моим родителям и бабушке с дедом звонили знакомые и спрашивали: **« А это Ваша дочка (внучка) была в эфире «Маяка»? Слышали вчера несколько раз, в повторях».** Было приятно.

Потом, курсе на втором, я несколько месяцев проработала на радио «Юность», где сделала тоже **несколько забавных и несколько серьезных репортажей** минуты на 3 каждый. Один из них был о **конференции, посвященной проблемам языка дельфинов**. Помнится, я сидела, слушала специалистов, выступавших на этой пресс-конференции, все они были серьезные ученые мужи, а в голове у меня вертелось только две вещи: **«Насколько хорошо получится качество записи, так как в репортаже придется «вставить» живой вопрос специалисту и какой бы задать вопрос, чтобы не выглядеть полной дурой».**

Не говоря уж о том, что я **страшно нервничала и очень боялась**, что у меня будет дрожать голос и **материал в эфире прозвучит как детский лепет**. В итоге **все, что пришло мне в голову**, это после пресс-конференции отвести в сторону одного дружелюбного специалиста по дельфинам и **задать ему крайне банальный, если не кретинский вопрос**:

«Скажите, а что же такое дельфин?», чем вызвала весьма бурную реакцию, и **господин долго и интересно разъяснял мне свою точку зрения**. Что любопытно, **репортаж**, полученный на основе его рассказа, **понравился большинству моих знакомых и даже ведущему эфира** Вадиму Иванову, который учил меня уму-разуму и тонкостям радиийного дела в тот период **выходил в эфир несколько раз** в течение дня в новостях.

Однако все это было не совсем то, что я на самом дела хотела делать на радио. Курсе на третьем моя тогдашняя близкая приятельница Таня Бочарова, с которой мы познакомились на вступительных на журфак и очень весело писали оба сочинения, в то время **диджей радио «Максимум»** рассказала, что у нее на вечернем отделении журфака есть знакомый, который рассказал ей, что люди работавшие на **SNC** (про которое я ей все уши прожужжала), **открывают новую радиостанцию** и что им, в принципе, нужны люди.

Несмотря на эту потрясающую для меня новость, я **была еще маленькой и очень застенчивой и звонить незнакомому парню**, чтобы попросить о помощи (в смысле узнать номер телефона, кому и когда звонить и т.д.) **мне было очень непросто**. Я **страшно нервничала и до смерти боялась поднять трубку и набрать его номер** телефона, но **желание работать на радио и познакомиться с теми людьми**, чьи эфиры меня так вдохновляли еще пару лет назад,

было сильнее страха, и я это сделала. В конце концов, теперь я была студенткой радиогруппы журфака МГУ, а не девочкой с улицы, и это придало мне смелости и решимости.

Я уже не помню всех подробностей, как я приехала в офис радио «Ракурс» на Бауманской, что мямлила и как пыталась произвести впечатление на тогдашнего главного редактора «Ракурса» Сергея Николаевича Галямина, одного из легендарных ведущих SNC-радио, большого специалиста по русскому року и автору очень интересных программ, но, похоже, каким-то образом у меня получилось, и мне сказали: **«Хочешь здесь работать – вперед!»**.

Начинала я отнюдь не с того, что всегда хотела делать, а с новостей. Бегала по разным выставкам и галереям, в Пушкинский музей и музей частных коллекций на Волхонке, смотрела на работы Бэнкса, Бакста и Леонардо да Винчи, коллекции вечерних платьев 20-30-х годов и русское деревянное зодчество и сразу же ехала на станцию писать текст, а после этого записывать ее в студии, чтобы она вышла в эфир в вечернем выпуске новостей.

Несмотря на то, что мои новости шли в записи, это было невероятно захватывающе, прежде всего, из-за атмосферы, ибо я наконец-то делала именно то, что хотела на той радиостанции, на которой хотела, и даже то, что поначалу я записывалась со звукоинженером и не сама «рулила» пультом не снижало той эйфории и кайфа, в котором я пребывала. Журфак МГУ, при всей своей расслабленной атмосфере и отличных лекциях больше напоминал институт благородных девиц, где ты получал информацию от античных трагедий до макроэкономики, от правовых аспектов журналистики до философов Ренессанса, но практическим навыкам работы в эфире современной радиостанции тебя не учили никоим образом.

А на «Ракурсе» я делала как раз то, что и хотела делать на радио. Через пару недель после прихода на «Ракурс» я уже довольно свободно записывала свои программы сама, сидя за микшерным пультом и рулили «бегунками», с ушами в наушниках, а после этого сама монтировала свои материалы для выпуска новостей, чему мне никто не позволял делать на той же «Юности».

Однако все это было далеко не то, что мне на самом деле хотелось делать. Не помню, как это пришло мне в голову, думаю, во многом просто так совпали звезды и Квентин Тарантино, в фильмах и саундтреки которого я влюбилась сразу и бесповоротно, получил «Золотую пальмовую ветвь» Каннского фестиваля за свой легендарный **Pulp Fiction**, а Никита Сергеевич Михалков очень возмущался по этому поводу, называя его **«высочкой из Южной Калифорнии»** или как-то в этом роде, так как ничего не получил за своих **«Утомленных солнцем»**.

Именно в тот момент я решила, что буду делать программы о самых интересных новых американских/американских фильмах. Учитывая то, что информацию практически неоткуда было взять, да, собственно, и фильмы тоже, журналов вроде «Афиши» и «Time Out» не было и в помине, я опиралась на собственный, довольно неплохой вкус и знания, отнюдь не

глубокие, но достаточные, чтобы было о чем рассказать и что с чем сопоставить, а также **интуицию** в выборе фильмов и режиссеров и **благодаря интуиции** практически не ошибалась.

Первая **пилотная программа**, которую я записывала, была о фильме **«Интервью с вампиром» (Interview with a vampire)** ирландского режиссера **Нила Джордана**, увиденный по одному из кабельных ТВ-каналов, который в середине 90-х регулярно демонстрировал своим зрителям **отвратительные копии отличных американских и европейских киноновинок**. Спасибо, ребята, без вас этой программы просто не было бы.

Большой удачей было также и то, что по **одному из европейских телеканалов** шла переводная программа о том, как создавался фильм, и **пространные интервью с Брэдом Питтом, Томом Крузом и Кирстен Данст**. Я судорожно записывала их реплики сидя с блокнотом и ручкой перед экраном и где-то за **10 минут набросала концепцию программы**. А затем и сам текст.

Учитывая то, что мне предстояло убедить главного редактора, что **мне можно доверить 7 минут эфира** на мою **первую самостоятельную авторскую программу** об американских/европейских киноновинках, и **она будет интересной, личностной, будет вписываться в формат радиостанции** и не посрамит честь эфира независимой **радиостанции «Ракурс»**.

То есть на мне лежала достаточная степень ответственности – ибо я впервые за всю свою жизнь **впервые делал именно то, что хотела, старалась воплотить свою мечту в жизнь** – из всех сил **стремилась стать автором собственной радиопередачи и полностью отвечать за ее содержание, эмоциональную составляющую, создать собственные «фирменные» вступление и финал и подобрать музыкальную «подложку»**.

Так как я делала то, что на самом деле хотела и уже знала «правила игры», я довольно быстро записала «пилот» и позвала Сергея Николаевича его слушать. Тот слушал довольно внимательно, сделал пару замечаний насчет подачи материала, сказал, что **«забавно, когда юная барышня знает и использует слово «экзистенциальный» и заявил что-то вроде: «Давай, записывай программу целиком, будешь выходить в эфир по понедельникам в 7 вечера. Надо бы джингл (короткий музыкальный анонс) программы тоже записать»**.

Это было потрясающе: **я чувствовала себя творцом, демиургом и кем там еще можно себя чувствовать, когда тебе всего 19, и ты уже самостоятельно пишешь свою первую авторскую радиопрограмму** (ну разве только наш звукорежиссер Слава Гришин помог поощредить музыкальную подложку). Сначала это была пара композиций (так как фильмов в программе было два и у каждого была своя «музыкальная тема») из культового одноименного альбома **1994 года Santana Brothers**, а позднее «фирменной» музыкальной подложкой моей программы стали инструментальные композиции (одна из них была точно помню **The long road**) с альбома 1993 года **Марка Нопфлера Screenplaying**.

Через **«Видеообзор»** прошла масса отличных фильмов, некоторые из них или «взяли» «Оскар» и какую-либо из каннских «ветвей», или были номинированы. Уже упомянутые **«Криминальное чтиво»** и **«Легенды осени»** Эдварда Цвика, **«Телевикторина»** Роберта Рэдфорда и **«Форрест Гамп»** Роберта Земекиса, **«Семья Перес»** Миры Наир и **«Голубое небо»** Тони Ричардсона, **«Семь»** Дэвида Финчера, **«Четыре свадьбы и одни похороны»** Майкла Ньюэлла...

Очень трудно вспомнить все, что было за более чем полгода выхода программы в эфир. **Какие-то выпуски были действительно замечательными** (даже сейчас, несмотря на то, что аудиоверсии их растворились где-то в недрах различных кастингов, а копии, увы, я почему-то не сделала, даже просто читая тексты (которые чудом остались «в живых») очень приятно отметить высокое качество и стиль работы, ибо делалось и писалось все с душой и по-настоящему в кайф. **Иногда новые фильмы были отнюдь не самыми выдающимися, и сказать про них было особо нечего**, поэтому иногда выпуски получались не особо интересными, но, если честно, то наспех слепленной халтуры не было ни разу.

Самое главное в этой истории то, что **я делала именно то, что по-настоящему хотела, и что по-настоящему нравилось, отвечая и за качество, и за наполнение программ целиком и полностью**. С каждым новым выпуском **училась чему-то новому, отмечала собственные недостатки и старалась их исправить**, а это не так уж и мало и какой-никакой шаг в достижении основной цели.

Все это, конечно, это было здорово, но не в той мере, в какой мне по-настоящему хотелось. Как я уже говорила, **больше всего я хотела делать свою собственную программу**. Как мне ни нравилось создавать и записывать передачу о кино, музыка всегда была тем, что меня вело и вдохновляло. **Идея создания такой программы пришла опять же совершенно спонтанно**, так как в середине 90-х было совсем немного «серьезных» магазинов, предлагающих качественную (в смысле «родную») музыкальную продукцию.

Как-то случайно я зашла в один большой торговый центр в районе Красной Пресни и столь же случайно обнаружила недалеко от входа в углу, практически под лестницей, маленький магазинчик, подошла к стенду с музыкальными CD и стала разглядывать, что они продают. Так как **Вселенная всегда посылает нам знаки, особенно когда нам предстоит принять жизненно важное решение, а уж наше дело реагировать на них или отвергать**, я увидела на стенде один из дисков, а именно **тот самый альбом Santana brothers с его психоделически яркой обложкой**, две композиции с которого - одна из них **Blues Latino** - стали «фоном» для моей программы **«Видеообзор»**.

Я сочла это явным знаком, ибо стараюсь прислушиваться по большей части к **собственной интуиции при принятии важных решений**, поэтому, несмотря на внутреннюю дрожь от страха и смущения (мне было 19, я была довольно застенчивой (ну, уж точно не наглой)

девицей, чтобы подойти к кому-нибудь из персонала и рассказать о своей идее. **С дрожащими коленками и срывающимся голосом (даже если внешне это было и незаметно), я старалась держаться бодро и уверенно, подошла к господину средних лет и в общих чертах объяснила ему ситуацию и то, каким образом я хотела бы с ними сотрудничать.** Господин оказался любезным и приветливым и дал мне понять, что он-де занимается здесь оргвопросами, но сблаговолит **протянуть мне визитную карточку с номером телефона и именем владельца этого бизнеса и предложил поговорить и обсудить все детали с ним лично.** Самое любопытное, что центральный магазин и офис располагались в районе Бауманской, практически в пяти минутах езды от радио «Ракурс».

Думаю, это был еще один знак. Видимо, на самом деле, когда у тебя есть сильное желание воплотить в жизнь собственную мечту, Вселенная делает все, чтобы тебе помочь.

Обо все этом я узнала гораздо позже, а **в то время я просто следовала зову сердца и не пыталась анализировать ситуацию.** Пока же мне предстояло сделать еще один звонок, на этот раз для того, чтобы уговорить владельца магазинов встретиться со мной и обсудить мое предложение о сотрудничестве.

Несмотря на все мое смущение и нерешительность, я сделала этот звонок прямо на следующий день после занятий, при этом внутренне, что удивительно, была довольно спокойна, и разговаривала совершенно ровным тоном, попросив уделить мне совсем немного времени для личной встречи, когда ему это будет удобно.

К моему удивлению, он оказался невероятно открытым и любезным джентльменом и сказал: **«Хорошо, Наташа. Приезжайте завтра к часу дня, мы с Вами все обсудим».**

Я была очень счастлива, что послушалась своего внутреннего голоса, не струсилась и сделала шаг навстречу своей мечте. Оставалось только произвести благоприятное впечатление при личной встрече. **Не могу сказать, что я очень волновалась** (хотя обычно в таких случаях я, как и многие, очень нервничала). **Но в этот раз я делала именно то, что хотела, мне было совершенно нечего терять, и я практически не думала и не прокручивала в голове варианты развития события, какие слова мне говорить и как убедить джентльмена поверить в меня и начать сотрудничество.**

Центральный магазинчик оказался чуть больше того, что был на Красной Пресне, атмосфера в нем была невероятно расслабленной, ребята-продавцы на редкость милыми и любезными и сразу проводили меня в маленький офис, где и состоялась эта легендарная (в первую очередь, для меня) встреча с **Борисом Романовым (DJ Onlee),** которому я страшно благодарна и по сей день, ибо **без него моя мечта никогда не стала бы реальностью.** Концепции самой программы у меня не было, но **я точно знала, что хотела бы в каждой программе рассказывать аудитории о новой, только что вышедшей пластинке**

британских/американских команд и исполнителей и ставить в эфир в течение программы 3-4 композиции с нового альбома.

Я рассказала **Борису** о том, какую программу веду сейчас и что это за радиостанция, на которой я работаю, о том, что учусь на журфаке МГУ, о том, как нашла тот маленький магазинчик на Пресне и о том, что было бы изумительно, если бы он стал информационным спонсором моей новой программы. А еще лучше и финансировал ее, в свою очередь, пообещав рекламировать его магазин в каждом выпуске передачи.

При этом вела я себя очень вежливо и даже отчасти смело (чего я от себя никак не ожидала, Борис был очень внимателен и выглядел заинтересованным, при том что **он был серьезным деловым человеком, тратившим на меня свое время, я всего лишь 19-летней девичей, одержимой бредовой идеей**). Он сказал, что у него есть собственная программа на радио **Subстанция** и что особо реклама ему не нужна (тем более, что **«Пакурс»** вещал не в FM-диапазоне, а на средних волнах), что финансировать он меня не будет, но готов помогать мне информацией в поддержку каждого нового альбома (учитывая, что у него уже в середине 90-х был **выход в Сеть** и английские музыкальные издания, такие как **Musik, New Musical Express и Melody Maker**, что для 1995 года **было просто выдающимся фактом** и что он готов отдавать мне бесплатно пластинки после выхода программы в эфир. Учитывая, что CDs были оригинальными, и стоили по 10-15 USD, предложение было более чем щедрым.

Мы договорились, что после выхода первой программы в эфир, я принесу ему послушать ее аудиоверсию. После чего Борис «выдал» мне мои первые 2 пластинки – помню, что это был **саундтрек с к/ф «Четыре комнаты»** (о котором совсем недавно я рассказывала в своей программе) с выдающимся саундтреком, записанной классной командой **«The Combustible Edison»** и не менее чудесный, красивый альбом (Limited Edition Version) ирландской команды **REM «Monster»**. Информации о «Monster» было достаточно на буклете. Кроме того, мы полезли в Сеть. Чтобы найти пару релизов с цитатами самих музыкантов (молитвами господина **Романова**, я только года через 2 узнала, что есть еще и русский Интернет – до этого пользовалась только информацией с европейских-американских сайтов).

Все это было почти фантастикой, несмотря на медленную загрузку сайтов (как ни крути, **это была только середина 90-х**) получить самую свежую информацию на английском о классной, одной из моих любимых на тот момент команд и **уже на следующий день иметь возможность записать программу и выбрать песни**, которые хочется поставить в эфир, поделиться со слушателями интересными фактами, произошедшими с **REM** во время записи альбома и подобрать музыку для «подложки», придумать **intro и ending** с рекламой магазина.

В общем, это было похоже на сон, постепенно становившийся реальностью.

Мы расстались практически друзьями до начала следующей недели, когда я приду за новыми материалами и уже записанной программой, чтобы Борис мог сам услышать то, о чем мы

говорили и поделиться своими мыслями на счет услышанного. **Он поверил в меня, еще не видя никакого результата, и согласился сотрудничать.** Это было за гранью фантастики.

Я была просто запредельно счастлива. Это был **тот день, когда ты чувствуешь, что он прожит не зря и внутри у тебя спокойно и хорошо, когда, сделав только шаг к мечте и не ожидая ничего особенного, ты получаешь гораздо больше, чем хотела получить.** Наверно, именно в эти моменты ты чувствуешь, **что такое счастье.**

Программа была записана дня через 3 и вышла в вечернем эфире в десятиминутном формате, Борис послушал, ему вроде понравилось и то, как она была сделана, и ее содержание, и реклама Onlee в конце. С этого момента мы стали друзьями.

За **2,5 года существования программы** я узнала и помогла узнать своей аудитории массу интереснейших альтернативных и мейнстрим-команд из США и Великобритании, вроде **The Presidents of USA, Urge Overkill, Butthole Suffers, Sufi**, была причастна к полной мере к расцвету брит-попа - именно благодаря господину Романову я впервые услышала, поставила в эфир и полюбила навсегда один из первых альбомов **Blur «The Great Escape»** и **Radiohead «The Bends»**, **CD Pulp и Supergrass**, британских электронных музыкантов с лейблов **Warp и Ninja Tune** вроде **Red Snapper, Funky Porcini, Dj Vadim, Aphex Twin** и **Moloko, Everything But the Girl и The Gentle People, Tricky и Beastie Boys**, альбомы современных классиков вроде **Rolling Stones, Cure, Дэвида Боуи и Роя Орбисона**, сборники бритпоп-музыкантов, посвященные чемпионату мира по футболу или альбомы-трибьюты, как например **Step Right Up-The Songs of Tom Waits**, где песни Тома Уэйтса перепели масса замечательных очень известных и инди-групп и музыкантов со всего мира. На волнах независимой радиостанции **«Ракурс»** мне (не без столь существенного вклада в это дело со стороны господина Романова) мне удалось создать **островок самой модной британской большей частью музыки**, услышать которую в эфире FM-радиостанций можно было очень редко.

Учитывая тот факт, что пластинки в программе **«CD-обозрение»** ненамного отличалось от времени выхода пластинки на Европе и США, а иногда (когда я еще и наладила контакты с российским представительством звукозаписывающих компаний вроде **EMI и BMG Russia** иногда **даже опережала время его выхода**, ставя в эфир промо-диски, предназначенные исключительно для воспроизведения на радио или как в случае с альбомом **Radiohead OK Computer**, который вышел в эфир в моей программе где-то за неделю до его официального релиза в Соединенном Королевстве. **Возможность услышать первые версии новых песен музыканты Radiohead, как и Дэвид Боуи, впрочем,** стали практиковать только перед выпуском своего следующего альбома **Kid A**, если не ошибаюсь.

За эти **2,5 года** программа обрела свои **«фирменные» Intro и Ending**, где-то через полгода **«в записи»** выхода стала выходить исключительно в прямом эфире, сменила две музыкальных подложки, из **10-минутной превратилась в 20-минутную.** С вечера понедельника окончательно переместилась на **19.30 вечера пятницы**, так и не успела себя

изжить, ибо каждый раз содержала в себе новый музыкальный материал, и информационное «оригинальное» информационное наполнение.

Прямые цитаты самих музыкантов, каждый раз это был новый альбом, совершенно не похожий по стилю и направлению на предыдущий, причем анонсы новых программ делались редко, чтобы заинтриговать слушателя. Согласно **маркетинговым исследованиям и регулярным телефонным опросам постоянной аудитории радио на протяжении 2,5 лет была интересна слушателям** радио «Ракурс», даже, несмотря на ее «рок-н-роллную» направленность и ориентацию на русскую и европейскую рок-классику в музыкальном отношении.

Что касается меня, то эта программа через некоторое время стала жить отдельно от меня. Ее форма и рамки, мной же созданные, заставляли каждый раз делать новое содержание в рамках привычной и узнаваемой слушателями формы. И даже **смена «подложки» ознаменовала собой более расслабленную для радиослушателей атмосферу**, которую я пыталась создать, и одна из композиций с альбома **Beastie Boys**, чью музыку я ставила в эфир, **позволило мне изменить привычные Santana Brothers**.

При этом я **никогда не пыталась подстраиваться под своего слушателя**, а просто **старалась делать то, что было действительно интересно мне самой**, ставить в эфир музыку, которая мне иногда очень, иногда не очень нравилась, но **всегда старалась доносить до аудитории самую свежую информацию об артистах и альбомах в наиболее интересной, доступной, занимательной форме и быть искренней, расслабленной и доброжелательной**.

Мои контакты с постоянными слушателями программы - непосредственные и по телефону и их отзывы **позволяют мне говорить о том, что им со мной (в смысле, с программой) было интересно**.

Ну и конечно без уже упомянутого **Б. Романова** и наших с ним непосредственных контактов, **общения, его отличного музыкального вкуса и прямых деловых контактов с британскими независимыми лейблами** – все это в огромной степени отразилось как на моем музыкальном мировосприятии, **расширило мои социокультурные рамки и постоянно самосовершенствоваться и расти не только в музыкальном, но и в личностном плане**. Общась с ним и его друзьями, так что где бы он ни был сейчас, я бы хотела, чтобы он знал, как я ему благодарна за участие в судьбе проекта и за человеческое тепло, **без которых я и моя программа не смогли бы столь счастливо и долго прожить в эфире**. Спасибо, дорогой!

Такова моя краткая история жизни на радио, закончившаяся в декабре **1997** года. По иронии судьбы радио «Ракурс» прекратил свое существование в эфире в январе **1998**. Радио **было важной частью моей жизни и многому меня научило как в профессиональном, так и в личностном смысле**.

Краткое резюме для тех, кто мечтает работать в эфире или просто хочет научиться общаться с аудиторией. 7 правил для достижения своей мечты:

- 1) **Верьте в себя и свои силы и никогда не позволяйте никому помешать осуществлению вашей мечты.** Не стоит слушать тех, кто говорит, что вы не сможете, общайтесь с теми, кто искренне поддерживает ваше стремление и вашу веру в себя. Как говорил Ричард Бах в «Иллюзиях»: **“Если есть желание, найдутся и силы, чтобы его осуществить. Даже если для этого придется слегка постараться”.**
- 2) **Не обязательно бежать получать образование по профилю. Идите туда и к тем людям, к которым вам по-настоящему хочется присоединиться.** Просто будьте рядом с ними, наблюдайте, слушайте и учитесь, не важно в каком качестве. Ваша мечта позволит Вам шаг за шагом начать ее осуществление.
- 3) **Поддерживайте в себе огонь и энергию.** Иногда у вас будут опускаться руки, тогда стоит остановиться, расслабиться и перестать думать, просто **погрузиться в тишину отсутствия мысли, чтобы к вам вновь пришла энергия и внутренняя гармония.** Поначалу это довольно трудно, ибо мысли будут путаться и не давать вам покоя, но потихоньку, практикуясь, **вы научитесь хотя бы на 10 минут останавливать свой мыслепоток. Не давайте своим страхам и рефлексии взять над вами верх. Ваши страхи – это лишь фантом, ваша интерпретация ситуации, ваше «что если»... Не дайте им «сожрать» вашу мечту.** Улыбнитесь себе в зеркало, остановите негативный мыслительный процесс и опять вперед навстречу мечте.
- 4) **Не надо думать, что вы один в этом мире.** Больше общайтесь с теми, кто способен вас поддержать, читайте книги о выдающихся личностях, которые вас вдохновляют, определите для себя кто уже прошел похожий путь и идите следом. Но только своей собственной дорогой, так как научиться можно исключительно на своих ошибках, ошибки позволяют нам находить пути выхода из сложной ситуации и двигаться дальше к победе. Как сказал Бодо Шеффер: **«Двигайтесь вперед, совершайте ошибки, но быстро».** **Ошибайтесь, но не складывайте крылья, падайте, поднимайтесь, отряхивайтесь и летите дальше.**
- 5) **Не замыкайтесь в себе, если что-то не выходит. Общайтесь с верящими в вас друзьями, делитесь с ними своими переживаниями, будьте искренними и естественными, улыбайтесь или грустите, но всегда оставайтесь самим собой.** Только в этом случае люди поверят вам и пойдут рядом с вами, а позже, возможно, и за вами, разделив ваше мировоззрение.
- 6) **Никогда не останавливайтесь в саморазвитие, совершенствуйте свои человеческие качества, свой язык, расширяйте горизонты своих знаний о мире и людях,**

общайтесь с теми, кто умнее, добрее, мудрее, тоньше, талантливее, красивее и т.д. вас. Это невероятное счастье, наблюдать и учиться у тех, кто лучше тебя и это подспудно заставляет самого становиться более качественной и интересной личностью.

- 7) **И никогда, слышите, НИКОГДА не опускайте руки и не оставляйте свою мечту, даже если со временем она трансформируется во что-то иное и вы решите пойти за какой-то другой мечтой по другой дороге, это не столь важно.** Важно то, что если вы очень хотите работать на радио или научиться общаться с людьми или достичь еще какой-то цели, вы обязательно этого достигните, что бы вам не говорили.

Это ваша мечта и только вы найдете к ней ваш собственный путь, что бы ни говорили окружающие Вас люди. **Никто не обязан верить в Вашу мечту, кроме Вас, поэтому не стоит обижаться на критику и слушать негативные или критические высказывания относительно Ваших целей.** Главное помните, что цель не оправдывает средства, и **идти по трупам и головам не имеет смысла, ибо в итоге Ваш ждет одиночество и триумф не с кем будет разделить, а это очень грустно.** Просто найдите свою собственную тропинку и придерживайтесь ее, в этом случае никого не придется расталкивать локтями, ибо столкнув кого-то в пропасть, даже добравшись до финиша, всегда придется замирать от мысли, **что сзади возможно уже бежит кто-то молодой и сильный, кто столкнет в пропасть вас.** Поэтому **лучше найдите себе свою персональную беговую дорожку, подходящую вам по длине и ширине.** Не распыляйте свои усилия, не мечитесь из стороны в сторону, и совершайте последовательные шаги по достижению мечты,

А теперь ничего не бойтесь и отправляйтесь в путь.

У Вас все получится!

©Наталья Барабаш, 2008

НАТАЛЬЯ БАРАБАШ

КАК ЗАВОЕВАТЬ ДОВЕРИЕ АУДИТОРИИ И СТАТЬ КЛАССНЫМ РАДИОВЕДУЩИМ
(телеведущим, шоуменом или тем, кем вы сами захотите)

ОГЛАВЛЕНИЕ:

<i>Наталья Барабаш. Как я превратила свою мечту в реальность</i>	6
<i>Глава I. Дикторы и радиоведущие в системе государственного радиовещания.</i>	19
<i>Маленькое вступление</i>	19
§1 На заре радиовещания: 20-е годы XX века	21
<i>- Диктор и ведущий – профессии разные, но общего у них много.</i>	
<i>- Как становились дикторами и ведущими радиопередач Осип Абдулов, Наталья Толстова и другие любимые народом дикторы в условиях пока еще негосударственного радиовещания</i>	
§2 Дикторы в 30-е годы и годы Второй Мировой войны	27
<i>- Радио становится государственным.</i>	
<i>- Диктор у микрофона – творец или «говорящая голова»?</i>	
<i>- «От советского Информбюро» или как голос Юрия Левитана помогал народу выжить и победить.</i>	
§3 Радиоэфир в 50-70-е годы	35
<i>- Радиостанция «Маяк»: новые голоса, новые тенденции в радиовещании.</i>	
<i>- Изменения в стране – перемены на радио: что случилось с задушевными разговорами, и почему дикторы и ведущие перестали работать в «прямом» эфире.</i>	
§4 В эфире «Молодежный канал»	37
<i>- Что сделали с аудиторией ведущие «Молодежного канала» радио «Юность».</i>	
§5 Перед рассветом (80-е-начало 90-х гг.)	40
<i>- Как европейские радиоведущие «протопали дорожку» для нового информационно-музыкального радио 80-х - начала 90-х годов: Сева Новгородцев, Джон Пил и их влияние на манеру общения со слушателями популярных ведущих российских радиостанций в 90-е.</i>	
Глава II. 90-е годы российского радиовещания	47

§ 1 В эфире первые коммерческие информационно-музыкальные радиостанции.....47
- «Европа Плюс», «Эхо Москвы», Радио SNC – «Свободное радио для свободных людей» и его ведущие, чьи эфиры ждали.

§2 Новое время - новые песни: Разнообразие форматов радиостанций, первые радио диджеи и интерактивные отношения со слушателями.....55
- **Форматы радиостанций и их особенности.**
- «Специализированные» и «многопрофильные» информационно-музыкальные радиостанции середины 90-х - начала 2000-х годов.
- **Особенности «авторской» программы на радиостанциях разного типа**

Глава III. Особенности работы радиоведущих в эфире: Способы и методы завоевания аудитории83

Вместо предисловия. Критерии деления радиоведущих на 3 типа.....83

§1 Ведущий-информатор.....86

Самый легкий способ завоевания аудитория для начинающих, ведущих новостей и ди-джеев-light
! Примеры - Мария Макеева, Александр Абрахимов, Наталья Стаханова и другие

§2 Ведущий-собеседник93

- **Путь для прирожденных радио-МС и шоуменов.**
- **Жизнь в эфире – только шоу, ничего личного**
! Примеры - Жени Шаден, Ксения Стриж, Александр Гордон, Александр Карлов и другие.

§ 3 Ведущий-наставник109

- **Хочешь стать гуру эфира – придется усиленно работать... над собой.**
- **Завоюй доверие, не играя на публику.**
- **Самый трудный, но самый стоящий путь.**
- **Четыре НЕ «наставника»**
!Примеры - Тутта Ларсен, Александр Ф. Скляр, Артемий Троицкий, Кирилл Кальян и другие.

ЛИТЕРАТУРА129

ГЛАВА I. Дикторы и радиоведущие в системе государственного радиовещания

Маленькое вступление

Разнообразие информационно-музыкальных радиостанций и увеличение объемов вещания в эфире второй половины 1990-х – начала 2000-х годов, предоставляет аудитории большой выбор программ и передач, отвечающих ее разнообразным запросам – как по тематике, так и по стилю вещания. В конце 1990-х годов в московском радиоэфире работали около сорока разнообразных радиостанций, каждая из которых имела свою определенную аудиторию и свои особенности.

Причем, с каждым годом, согласно социологическим исследованиям, прежде всего, ежедневным, еженедельным и ежемесячным рейтингам, становился все более очевидным тот факт, что коммерческие информационно-музыкальные радиостанции завоевывают все новые и новые массы слушателей. При этом, самые успешные из них планомерно вытесняли традиционные государственные радиостанции с верхних строчек таблиц популярности, даже, несмотря на то, что технические возможности государственных радиоканалов - мощность передатчиков, а, следовательно, диапазон вещания - были несравненно шире.

Коммерческие информационно-музыкальные радиостанции стали неотъемлемой частью повседневной жизни: музыкальные заставки, джинглы, отбивки, афоризмы популярных ведущих стали звучать гораздо чаще, и знакомы молодым и зрелым радиослушателям конца 1990-х годов лучше, чем традиционные позывные “Маяка” или “Радио России”. Отсюда очевидно серьезное влияние коммерческих радиостанций на сознание массового слушателя.

Однако «визитная карточка» станции – это не только музыка, фирменные джинглы, рекламные ролики и оригинальная форма подача

новостей, но и, конечно же, стиль работы журналистов в эфире. Слушателя, в первую очередь, привлекает, как правило, понравившийся голос и манера общения с аудиторией одного или нескольких радиоведущих. Ведущий - автор информационной, музыкальной, развлекательной и т. д. передачи, общающийся с аудиторией чаще всего в «прямом» эфире и высказывающийся от собственного лица или от лица того «образа», в котором он выступает. Именно постоянные ведущие передач - создают и поддерживают стиль вещания станции, концентрируя эмоции и выражая тем самым отношение к тем или иным событиям, к музыке, которая звучит в эфире. Поэтому ответственность радиоведущего перед слушателями за слова и фразы, которые они произносят в эфир, и за эмоциональную наполненность этих слов весьма велика.

Задача коммерческих информационно-музыкальных станций - развлекать своих слушателей; на волнах этих радиоканалов практически без остановки звучит только легкая танцевальная поп-музыка (исключение – реклама и новости), один-два раза в час прерываемая 30-50-секундным незатейливым конферансом ведущего.

В первые годы демонополизации эфира и появления принципиально новых форм вещания программные директора негосударственных информационно-музыкальных радиостанций предпочитали не переучивать ведущих государственных радиостанций, которым было гораздо труднее привыкнуть и приспособиться к новым правилам «игры», а набирать молодых людей, которые не имели профессионального образования и опыта работы в эфире. Новые коммерческие радиостанции, ориентированные большей частью на подростков, девушек и юношей, чтобы завоевать их доверие, должны были разговаривать с ними на «привычном» им языке, для этого для работы в эфире подбирались люди, соответствующие требованиям “нового времени”.

В современных условиях радиоведущие в значительной мере опирались на собственную интуицию, самостоятельно находя приемы и методы работы

у микрофона, позволяющие сделать передачу интересной как слушателям, так и рекламодателям. Иногда руководство российских радиостанций отправляло своих ведущих на стажировку за границу - поучиться мастерству у европейских или американских профессионалов радиоэфира, работающих на аналогичных по формату каналах. Такие стажировки были хорошей школой для российских журналистов, они помогали им научиться необходимым стилевым приемам, так как, несмотря ни на что, радиорынок во всем мире действует по единым законам. Поэтому, как показывает практика, грамотно созданная по западным стандартам радиостанция, на которой работают профессионалы, начиная с высшего руководства и эфирного персонала и заканчивая отделом маркетинга и продаж, успешно функционирует на российском радиорынке.

§1 На заре радиовещания: 20-е годы XX века

- *Диктор и ведущий – профессии разные, но общего у них много.*
- *Как становились дикторами и ведущими радиопередач Осип Абдулов, Наталья Толстова и другие любимые народом дикторы в условиях пока еще негосударственного радиовещания*

Дикторская профессия была на радио преобладающей в течение очень многих лет - по сути, со дня начала регулярного массового вещания в 1924 году и до перестройки массового вещания на рубеже 1980-1990-х годов. И, тем не менее, внимательный взгляд, ретроспективно обращенный в историю отечественной радиожурналистики и радиоискусства, дает основания обозначить отдельные моменты или даже периоды сближения профессий диктора и ведущего.

У этих двух профессий много общего - это не требует ни описания, ни специальных доказательств, но у них есть и принципиальные различия, и главное из них надо хотя бы упомянуть. Диктор - это человек, который обращается к аудитории от имени вещательного канала. Диктор себя не представляет, хотя время от времени (в различные исторические периоды

жизни общества) ему позволялось в большей или меньшей степени выразить личные эмоции по поводу сообщаемой им событийной или эстетической информации.

Ведущий же, это человек, чьи высказывания в эфире - несмотря на обязательную их регламентацию условиями работы, темой, социальным заказом, запросами аудитории и т. д. - тем не менее, опирается на свои собственные оценки того материала, который он сообщает, и обстоятельства его восприятия.

Ведущий заменил диктора, так как изменилось время, политическая ситуация, и, следовательно, изменились информационные возможности журналистики. Появился человек, на которого возлагались самые разные функции - информирование и толкование, выражение различных точек зрения. Но это было изменение времени, связанное как с изменениями в стране, так и с изменением функций радиовещания. Оно становилось менее официальным, то есть более демократичным, более приближенным к аудитории, к ее социальному опыту, потребности в информации. Здесь лежит водораздел между профессией диктора и профессией ведущего.

Менялось время, менялись требования к радиожурналистике, а, следовательно, менялись и профессиональные критерии работы журналиста. На наш взгляд, правильным будет заметить, что произошла не просто замена одной профессии другой, но и замена принципов общения канала информации и его аудитории. Ведущий – в отличие от диктора – это уже иная профессия, притом, что многие технологические параметры, свойства и требования к профессии ведущего имели много общего с творческими параметрами профессии диктора.

В этом смысле уместно вспомнить, что еще в 1932 году один из руководителей дикторской группы, выдающаяся актриса Московского Художественного Театра Нина Николаевна Литовцева, непосредственно у которой познавали азы дикторского мастерства Ю. Левитан, Э. Тобиаш, О. Высоцкая, Н. Толстова и многие их сверстники и сослуживцы, опубликовала

статью «За диктора-творца», где, по сути, были изложены требования, которые соответствовали больше практике не просто диктора - нейтрально информирующего аудиторию о том или ином событии, а профессии ведущего радиопрограмм, способного, как писала Литовцева, донести свою личную оценку факта или события, и свои эмоции по этому поводу до аудитории. Статья Н.Н. Литовцевой, хотя и называлась «За диктора-творца», могла бы называться «За творческого ведущего радиопередачи».

Просто Н.Н. Литовцева опередила время на много десятилетий, и поэтому она воспользовалась терминологией своего времени. На значении этой статьи мы остановимся несколько позже.

Если говорить о сближении профессий диктора и ведущего, то надо указать, что этот процесс происходил, прежде всего, в сфере сближения сугубо профессиональных навыков и свойств: владение фонетически грамотной речью, четкостью интонационных оценок, поиска непринужденного – естественного для человека! – обращения к аудитории, поиска свободы и убедительности интонаций.

Дикторская профессия берет свое начало в "Радиогазетах РОСТА". Первый номер "Радиогазеты" прозвучал 23 ноября 1924 года. Он продолжался около часа. Сначала «Радиогазета РОСТА» выходила четыре раза в неделю, потом ежедневно, а затем два раза в день - утром и вечером. Среди чтецов - пионеров радио – необходимо назвать имя Александра Скавронского. Он вел первый выпуск радиогазеты. А. Скавронский не только читал радиогазету, но и участвовал в ее музыкальном оформлении в качестве балалаечника, баяниста, исполнителя сатирических частушек и фельетонов, без которых не обходился ни один выпуск радиогазеты.

Редактором «Радиогазеты РОСТА» был К. А. Комаровский (Данский), его ближайшими сотрудниками - П. Валевский, А. Садовский, поэт Я. Галицкий, журналист Г. Золотухин и т. д.

Первоначально у организаторов возникали трудности с подбором чтецов. Никто не имел понятия о том, какими качествами должен обладать

артист, чтобы почти без предварительной подготовки, без репетиций, но на высоком художественном уровне прочитать по радио газетную информацию. Однако вскоре было решено, что читать радиогазету может не только актер, ведь новая профессия чтеца радиогазеты мало чем напоминала актерскую. Гораздо важнее было, чтобы человек у микрофона обладал хорошим голосом, дикцией и обязательно - высокой культурой, так как газету будут слушать множество людей.

Основными слушателями радиогазеты были рабочие, крестьяне, служащие, поэтому газета должна была быть не только понятной, но и яркой, увлекательной, поэтому чтецы должны были рассказывать слушателям о тех или иных событиях так, чтобы им было интересно.

Уже на заре радиовещания вставал вопрос о чистоте русского языка, приходили письма от радиослушателей, которые подмечали неправильно сказанные слова. Тогда появились дикторы (пока еще только мужчины), имевшие свою, особенную "изюминку" в голосе, по которой их было легко узнать. Александр Иосифович Гурин, например, был прирожденным диктором, самым популярным среди слушателей, которые всегда безошибочно узнавали его голос. По образованию он был юристом, но прошел хорошую школу постановки голоса, логического чтения, ораторского искусства. В его передачах, особенно на международные темы, были и такт, и скрытый сарказм, и острая ирония, и свободное владение текстом любой трудности. В то же время Гурину была свойственна "плакатность", "выспренность" в подаче текста. Эта манера подходила к общему стилю передач: "Все, как один, на уборку урожая", "Смерть мировому капиталу" и т.д.

Поклонников и поклонниц у этого диктора было множество, в своих письмах они называли его "трубадуром радио", сравнивали его голос с черным бархатом, пытались описать его внешность, как она представлялась "на слух". Нетрудно догадаться, насколько глубоко проникало радио в умы и души людей, насколько велико было уже в самом начале становления

радиовещания влияние голоса любимого диктора на его поклонников, а то и просто на постоянных слушателей радиопередач.

А. И. Гурин был первым руководителем дикторской группы. Он уже тогда пытался найти приемы оживления не в меру длинных передач. Он считал, что необходимо придать радиогазете разговорную форму. «Гуринские» традиции чтения - убежденность, торжественность и значительность подачи особо важных материалов - были продолжены Михаилом Михайловичем Лебедевым, а позднее закреплены блестящим диктором Юрием Борисовичем Левитаном.

Отличительными особенностями работы в эфире диктора Михаил Михайлович Лебедева были предельная собранность, четкие логические ударения, умение привлечь внимание слушателя строгими и простыми интонациями без назиданий. Лебедев считал, что главная задача диктора - ясно, просто и образно передать миллионной аудитории самые разнообразные материалы. По его мнению, диктор должен был сочетать в себе лучшие качества чтеца, оратора и актера, кроме того, ему необходимо обладать достаточной фантазией (видением), ведь, чтобы хорошо передать зрителю ту или иную информацию, нужно ясно представить себе место события и действующих лиц.

Диктор Лебедев не забывал и о таких крайне важных деталях, как интонационное подчеркивание отдельных слов и предложений, ритм, шепот, ритмичность речи, паузы и т. д.

Некоторые чтецы иногда путали слова, неправильно ставили ударения, поэтому слушатели часто писали раздраженные отзывы. Когда дикторы начинали читать сухо и строго, рецензенты опять часто были недовольны - они говорили, что не ощущается контакта со слушателями, нет пауз, чтобы речь звучала так, чтобы ее легко было воспринимать на слух. Один из рецензентов писал, что он устал, слушая радиогазету, так как в ней слишком мало разговорного языка. Слушатель высказал мнение, что нужно писать и обрабатывать заметки для радио более живым языком.

Когда первых артистов, чтецов приглашали вести первый номер радиогазеты, от них требовались лишь красивый голос и безукоризненная дикция. Другие требования возникли позже, с появлением новых видов передач, с расширением их тематики.

Первое время группа чтецов состояла только из мужчин. Существовала даже версия, что женский голос не подходит для радиопередачи. Попытки использовать к передаче женский голос отклонялись руководством радиогазеты.

Один из редакторов писал руководителю дикторской группы, что женские голоса не подходят для газетного материала, так как не гармонируют ни с голосами чтецов, ни с содержанием газеты. В качестве исключения допускалось лишь появление в эфире женщин-чтиц, обладающих приятным низким тембром. Тем не менее, первая женщина-диктор появилась именно в "Радиогазете РОСТА" - ею стала Зинаида Ремизова.

Она читала "Песню о Буревестнике", и это звучало очень красиво, поэтому сразу после выступления ей предложили почитать газетный материал, и у нее это получилось ничуть не хуже, чем у дикторов-мужчин. С первых же передач у Ремизовой проявились все необходимые дикторские качества: спокойствие и выдержка, умение быстро ориентироваться в любом материале, свободное чтение с листа и прекрасное чувство времени.

На наш взгляд, это очень важный факт, ибо, во-первых, у слушателей появился шанс сравнить, какой голос им приятнее слышать по радио - женский или мужской, а во-вторых, и сам эфир стал полноценнее и разнообразнее. Так, к концу 1920-х годов женщины-дикторы прочно заняли свое место в отечественном радиоэфире.

Еще одна женщина-диктор появилась в радиоэфире в 1929 году. Это была Наталья Александровна Толстова. Ее голос в течение тридцати лет звучал в "Последних известиях", музыкальных и детских передачах, трансляциях концертов.

Она пришла на конкурс дикторов, чтобы попробовать себя в этой новой, еще неосвоенной профессии, имея за плечами учебу в школе Малого театра. Толстова писала, что когда она произнесла первые слова в микрофон, то испугалась, так как не узнала своего голоса... он показался ей тусклым и глухим. Будущий диктор очень расстроилась, что ее, в отличие от других, мало слушали, однако кто-то из членов комиссии, проходя мимо нее, сказал, что ее голос очень хорошо звучит.

После двухнедельного испытательного срока 19 октября 1929 года Н. Толстова стала полноправным диктором Московского радицентра.

Необходимо отметить, что до 1928 года радио было не государственным предприятием, а акционерным обществом. 1928 год стал для отечественного вещания годом коренных изменений. До этого времени редакции радио не считались государственным учреждениями, так как они и творчески, и материально были ответственны перед правлением акционерного общества "Радиопередача", учредителями которого были несколько государственных, общественных и коммерческих организаций.

§2 Дикторы в 30-е годы и годы Второй Мировой войны.

- Радио становится государственным.

- Диктор у микрофона – творец или «говорящая голова»?

- «От советского Информбюро» или как голос Юрия Левитана помогал народу выжить и победить.

С 1924 по 1927 год всю программную деятельность отечественного радио осуществляло АО «Радиопередача». В июле 1928 года постановлением Совета Труда и Оборона АО "Радиопередача" было ликвидировано, и все техническое оснащение, финансы, кадры и т. д. – передавались в ведение Народному комиссариату почт и телеграфов. Развитие радиовещание полностью перешло в руки государственной власти, которая контролировала содержание и качество передач по всей стране. С 1 ноября 1928 года впервые была введена типовая недельная сетка вещания.

Изменились и сами передачи. Основным курсом радиовещания стала пропаганда пятилетки, идей коллективизации. Теперь, даже художественное вещание посредством музыки, литературных очерков должно было разоблачать классовых врагов пролетариата и создавать образы героев – ударников полей и заводов. Радио становилось “одним из орудий партии по культурному строительству и должно было быть тесно связано с соответствующими партийными организациями”¹.

Если еще несколько лет назад были популярны радиопереклички соревнующихся заводов и городов (в них могло участвовать до ста человек, которые вели «живой» диалог у микрофона), то в конце двадцатых годов в радиоэфир не могло попасть ни одно не завизированное слово – даже трансляции с Красной площади были заранее отрепетированы. А в 1937 году радиопереклички были и вовсе запрещены, нарушение этого запрета грозило уголовной ответственностью.

В начале 1930-х годов был создан Радиоинститут – курсы по повышению квалификации, возглавляемые актрисой Московского Художественного Академического театра Нина Николаевна Литовцевой, где дикторы, репортеры, комментаторы учились у нее и других знаменитых актеров МХАТа мастерству доносить до слушателей всю гамму оттенков и переживаний, стоящих за напечатанным текстом, произносимым ими в микрофон. Н. Литовцева стремилась сделать из диктора художника, творческого работника, учила произносить любой текст так, чтобы он вызывал и в слушателях, и в самих дикторах радость или грусть, удивление или негодование. Литовцева хотела, чтобы дикторы умели перевоплощаться в героев своих материалов, стремилась к тому, чтобы чтецы сами увлекались своими текстами, “видели” своего слушателя и чувствовали ответственность перед ними.

¹ Цит. по кн.: Горяева Т.М. Радио России: Политический контроль советского радиовещания в 1920-1930годах. Документированная история. – М., 2000. С.154

Методология, творческие критерии работы и принципы подготовки дикторов вызывали споры, как у профессионалов, так и среди слушателей. Эти дискуссии нашли свое отражение на страницах профессиональных журналов «Говорит Москва», «Говорит СССР», «Митинг миллионов», а также на страницах ряда центральных газет и журналов «Правда», «Огонек», «Известия» и др. Надо отметить, что у этой школы были противники и в лице некоторых ведущих дикторов, которые заявляли, что нельзя сделать захватывающим текст об уборке урожая. Однако уроки Н.Н. Литовцевой ни для кого не прошли даром – они серьезно повлияли на качество выступлений у микрофона. Многие чтецы, во многом благодаря занятиям с Литовцевой и другими актерами МХАТА, научились полностью концентрироваться у микрофона, доносить до слушателей самую суть материала, заставляли слушателей поверить и ощутить всю гамму эмоций, переживаемых дикторами во время выступления у микрофона.

Тем не менее, относительная свобода, которая была у дикторов до 1928 года, сменилась жесткими ограничениями – это касалось как организационных вопросов, так и непосредственно условий работы у микрофона. Например, ведущие не могли взаимозаменять друг друга в эфире, как это делалось раньше (например, если у кого-то из дикторов были курсы по технике речи, вокалу), теперь для этого нужны были соответствующие разрешения. Что касается работы у микрофона, то здесь показательным является рассказ Ростислава Яновича Плятта, который в 1931 году работал диктором Всесоюзного радио. Он очень боялся микрофона, так как отвечал "головой" за каждое слово, сказанное в эфире.

Существовала передача "Передовая "Правды" на завтра". Она шла в двенадцать часов ночи. Дикторы читали ее по привезенным из типографии гранкам. На подготовку давалось не более тридцати минут. Часто материалы запаздывали, но это не означало, что оттягивается время передачи - график был железным.

Как рассказывал сам Р.Плятт, «...стоишь у микрофона в полной боевой готовности и обжитая студия №2 кажется теперь огневой точкой: глаза прикованы к минутной стрелке часов в студии, а ухо ловит звук затормозившего мотоцикла - это, значит, привезли гранки...Весь организм в напряжении: мозг и речевой аппарат заняты чтением, одним глазом видеть то, что читаешь в сию минуту, а другим - нацеливаться на следующее. И вот - статья прочитана. Но если были оговорки, то беда: тут же начинаются тревожные ночные звонки: кто читал? почему так читал? отчего не подготовился?".¹

Говорить о свободе в подобных условиях просто не приходилось, ведь за каждым словом дикторов пристально следили, и страх сказать что-то не так, в чем-то ошибиться, вряд ли способствовал максимально продуктивной работе у микрофона.

В 1931 году вновь был объявлен новый дикторский конкурс - это привело к появлению нового талантливого диктора - Юрия Борисовича Левитана. Несмотря на все усилия цензоров сделать дикторов лишь безликими, послушными проводниками линии партии, он стал достойным учеником Н.Н. Литовцевой.

Существует мнение, и весьма убедительное, что Левитан был мастером официального чтения, выразителем официальной – государственной точки зрения. Это справедливо, если рассматривать творческую практику Ю.Б. Левитана у микрофона Всесоюзного радио после того, как лично первое лицо государства назначило его «государственным диктором», на которого возлагались обязанности официального информатора о важнейших событиях в стране и мире.

Это представление о работе Левитана особенно закрепилось в годы Великой Отечественной войны, когда, казалось, не было никаких возможностей для выражения собственных эмоций у главного диктора

¹ Цит по кн.: Толстова Н.А. Внимание, включаю микрофон! - М., 1972. С. 75-76.

Всесоюзного радио, каковым, не по должности, а по реальному положению являлся Ю.Б. Левитан.

Но достаточно познакомиться с записями самых различных информационных сообщений, которые читал Левитан, начиная со сводок Совинформбюро, и нетрудно убедиться, что эти официальные сообщения диктор Левитан наполнял различными эмоциями. Палитра их достаточно велика: тревога, печаль, радость, доходящая до ликования и восторга – так звучали «победные» приказы Верховного Главнокомандующего во время Великой Отечественной Войны; глубокая скорбь, когда речь шла о потерях, и даже легкий юмор, когда Левитан сообщал, например, в очередной раз, о переносе даты «открытия» Второго фронта.

Левитан был убедителен именно умением окрасить «нейтральный» информационный текст эмоциями, понятными, а точнее сказать, ожидаемыми слушателями. Это была скорее актерская работа, чем дикторская, и это был опыт и творческая манера, которую Левитан выработал еще в тридцатые годы на занятиях с В.И. Качаловым, Н.Н. Литовцевой и другими их коллегами – непосредственными учениками К.С. Станиславского.

Не случайно, когда уж после войны у Левитана спрашивали о его учителях, он неоднократно заявлял, что он ученик Станиславского, хотя непосредственно у Константина Сергеевича никогда не учился.

В тридцатые годы еще не было четкой определенности того, кем же должен быть диктор радио: просто исполнителем воли автора текста, грубо говоря, "говорящей головой" или же творческим работником, собеседником своих слушателей?

И, несмотря на то, что на словах декларировалось второе определение, власть предпочитала и поощряла первое. Левитан писал, что в начале тридцатых годов дикторская профессия только создавалась, и никто толком не знал, что такое диктор: актер? пропагандист? агитатор? информатор? «Одни говорили: читайте безучастно, вы же читаете не собственные тексты,

что вы вкладываете свою душу? С ними спорили: нет, диктор - это актер, он должен "раскрашивать" текст, чтобы заинтересовать радиослушателя, создавать какие-то образы. А третьи говорили: диктор - это гражданин своей страны, который небезучастен ко всему происходящему в ней и в мире; он должен быть причастен к свершениям, мыслям и мечтам своего народа”¹.

Но в целом работа диктора была более многоплановой, нежели чтение в эфир разнообразной информации. Не редкостью были передачи, в которые входили, помимо политических материалов, еще и стихи, частушки “на злобу дня”.

Дикторы Борис Степанов и Осип Абдулов в 1920-х годах пели их под гармошку. Актерский опыт Абдулова очень помогал этому мастеру с первых шагов его карьеры у микрофона, которая начиналась в первой половине 1920-х годов, когда О.Н.Абдулов был приглашен в состав дикторской группы радио и читал у микрофона самые разные тексты: информационные, публицистические и другие, включая коммерческую рекламу.

Именно по предложению диктора О.Н. Абдулова руководство акционерного общества «Радиопередача» и редакторы «Рабочей радиогазеты» в 1924 году приняли решение о том, что самые различные информационные тексты, и, прежде всего, разнообразную коммерческую рекламу должны читать два диктора, «подхватывая» текст друг друга, наподобие двух клоунов на манеже – Белого и Рыжего, имея в виду, что один вносит нейтральную, обезличенную интонацию, а другой яркую - радостную или грустную - в зависимости от предмета рекламируемого ими.

¹ Левитан Ю. Б. О нашей профессии. // Диктор у микрофона. - М., 1983. С.60

Это было очень важное открытие в практике дикторской профессии. Об этом подробно и интересно пишет известный диктор Всесоюзного радио Н.А. Толстова в своей книге «Внимание, включаю микрофон!».¹

В то же время отступление от заранее утвержденного текста отнюдь не приветствовалось руководством радио. Ю. Левитан в своих воспоминаниях о работе дикторов в тридцатых годах на радио рассказывал о том, что только в экстремальных ситуациях дикторы могли оторваться от текста во время передачи, причем это было довольно опасно, так как начальство могло легко распрощаться с особо инициативным работником. Только высокий профессиональный уровень способствовал тому, что даже бесцветный материал становился ярким и интересным. Ю. Б. Левитан пишет, что как-то О.Н. Абдулов читал в эфир научно-популярную, очень скучную статью. Вдруг две последние страницы неожиданно скользнули у него под пальцами и оказались на полу. Собирать листки не было времени, да и прихрамывал сильно Осип Наумович. Но к этой передаче Абдулов готовился, глубоко вникнув в ее содержание. Поэтому он с легкостью, без текста дочитал материал. Из студии Абдулов вышел, довольно подавленный, подошел к строгому редактору, и вдруг тот ему говорит: "Ну что же, товарищ Абдулов. Конечно, статейка тяжеловата. Скучно написана. Но зато в конце автор проявил блестящий юмор, изящество мысли, и концовка у вас прозвучала великолепно!".²

Левитан в своих воспоминаниях говорил и о том, что он сам мог позволить себе "свободу слова" только когда вел музыкальные передачи, зная содержание опер наизусть. Неудивительно, что только в таких программах дикторы могли чувствовать настоящими «хозяевами» эфира, ощутить «живое», непосредственное общение со своими слушателями.

¹ Толстова Н.А. Внимание, включаю микрофон! - М., 1972. С. 91.

² Левитан Ю. О нашей профессии.// Диктор у микрофона. – М., 1983. С. 65-66

Платон Михайлович Керженцев - председатель радиокomiteта с 1933 по 1936 год на первом творческом смотре дикторской работы заявил о том, что твердо убежден, что со временем дикторы будут не только читать, но и беседовать с радиослушателем. Он утверждал, что идеальный диктор должен сочетать в себе талант, знание, мастерство диктора, комментатора, журналиста и чтеца.

Таким образом, уже в конце 1920-1930-х годах можно наблюдать сближение профессий диктора и ведущего. Ведь от дикторов уже в те годы, несмотря на всю строгость цензуры, помимо безукоризненного (грамотного, выразительного) произнесения в эфир разнообразных материалов - информационных публицистических, художественных, требовалось умение быть интересным собеседником для своих слушателей. Диктору необходимо было увлечь аудиторию, заинтересовать не только непосредственно содержанием доносимой информации, но и донести до слушателей определенный эмоциональный посыл. Для этого диктору нужно было быть не только хорошим рассказчиком, но и актером, чтобы с помощью особых приемов заставить слушателя испытывать те или иные эмоции, поверить в искренность слов, произносимым диктором в эфир. Все эти методы работы в эфире и поныне используются радиожурналистами.

В годы Великой Отечественной войны самым знаменитым диктором стал Юрий Борисович Левитан, он читал сводки Совинформбюро, и его с тревогой и надеждой слушали миллионы людей. Во второй половине сороковых годов и фактически до конца пятидесятых эфир был официозен и далек от реального слушателя - человека с его проблемами и радостями. Тем не менее, чтобы быть объективными, необходимо сказать, что и во время войны в голосах дикторов появлялись лирические интонации, особенно они были слышны в передачах "Письма с фронтов" и "Письма на фронт", которые сначала читали дикторы, и только в последний год войны существенная часть писем стала звучать в записи «живых» голосов участников передачи - фронтовиков и тружеников тыла.

Во второй половине 1945 года Советский Союз стал вывозить из Германии магнитную пленку и магнитофоны, и 95% всех передач с 1946 года шли в записи, что было удобно цензуре.

§3 Радиоэфир в 50-70-е годы.

- *Радиостанция «Маяк»: новые голоса, новые тенденции в радиовещании.*
- *Изменения в стране – перемены на радио: что случилось с задушевными разговорами, и почему дикторы и ведущие перестали работать в «прямом» эфире.*

В 1950-е годы в голосах дикторов звучала "металлическая" нотка, отстраненность от слушателей. Эта дистанция существовала, мало того, вырабатывалась специально. Слушатели всегда должны были знать, что люди, говорящие в микрофон, это голоса "свыше", а не задушевные собеседники, ведь именно это было необходимо руководству государства. Партийной «верхушке» нужен был не равноправный партнер в лице своих граждан, а законопослушный, не имеющих собственного мнения подданный.

Специализация журналиста в роли ведущего передач разных жанров сформировалась в середине 1960-х годов, когда ряд журналистов радиостанции «Юность» (тогда она еще называлась Главной редакцией вещания для молодежи) получили право самим выходить в эфир. Потом к ним прибавились корреспонденты радио «Маяк» (Ю. Арди, К Ретинский, Ю.Скалов, Н. Ларский, А. Шерель, М. Новицкая), дебютировавшего 1 августа 1964 года, значительно расширился круг спортивных журналистов, добившихся права работать непосредственно у микрофона не только во время спортивных трансляций, но и в передачах обзорно-просветительского характера, различных радиожурналах. К тому времени относится выход в эфир целого ряда передач и Главной редакции пропаганды и других редакций, предоставлявших возможность «прямого» выхода в эфир своим корреспондентам и обозревателям.

Началось с журналистов-международников, но постепенно распространилось на журналистов, специализировавшихся на различных пропагандистских и образовательных темах.

В эфир стали более или менее регулярно выходить специалисты по классической и эстрадной музыке и т.д.

Правомерно вспомнить практический опыт Аркадия Петрова, Бориса Абакумова, Юрия Визбора, Галины Шерговой и их коллег – спортивных комментаторов, которые от «прямых» трансляций перешли к разнообразным по тематике радиожурналам.

Так, в «прямом» эфире «просветительские» программы о спорте постоянно вели Вадим Синявский, Николай Озеров, Наум Дымарский, Шамиль Мелик-Пашаев и другие корреспонденты и обозреватели Всесоюзного радио.

В 1970 году в государственном вещании произошли серьезные изменения. Председателем Государственного комитета Совета министров СССР по телевидению и радиовещанию стал Сергей Георгиевич Лапин. Изменение в названии организации было не случайным: на первое место было поставлено телевидение, но это не значило, что контроль за радиовещанием ослабевал. Напротив, Лапин ввел еще большую систему контроля за эфиром. И в частности, централизованным порядком стали утверждаться списки журналистов, имеющих право на работу «непосредственно в эфире». Доступ к микрофону стало получать гораздо меньшее число радиожурналистов, и то только после всесторонней и тщательной кадровой проверки. «Школа Лапина» оказала огромное, и, скажем прямо, далеко не плодотворное влияние на эволюцию отечественного радиовещания.

Прежде всего, у творческих работников всеми возможными способами и методами отбивалась охота и навык к самостоятельному творческому поиску, к творческому самовыражению. Многолетняя привычка лишь к бездумному исполнению, лишь к аккуратному выполнению «заданий

руководства», страх различных наказаний за возможную ошибку, допущенную в работе, практически парализовал творческий импульс у многих работников радио – особенно у редакторов разнообразных программ. И эта ситуация резко отрицательно сработала уже в годы «перестройки», в период отказа государства от «монополии на эфир» и появления разнообразных негосударственных радиостанций. Надо сказать, что в середине девяностых годов на «Маяке», к примеру, работало около 250 человек, 70% которых были «лапинским» набором.

§4 В эфире «Молодежный канал»

- Что сделали с аудиторией ведущие «Молодежного канала» радио «Юность».

Изменения радиовещания во второй половине 1980-х годов были вызваны, прежде всего, серьезными изменениями в политической и экономической жизни в Советском Союзе - «перестройкой», которая глобально повлияла на работу всей системы радиовещания.

26 января 1987 года вышла в эфир полуторачасовая программа радиостанции "Юность" - "Молодежный канал". Это была первая программа радиостанции в "прямом" эфире.

Ведущие "Молодежного канала" – в основном, молодые журналисты, непринужденно беседовали со слушателями об актуальных в ту пору, острых проблемах: неформальные объединения молодежи, наркомания, проституция и т.д., чего раньше было просто невозможно представить. Звучала музыка, которую радиожурналисты считали нужным ставить, причем, раньше ее было практически невозможно услышать в отечественном эфире: зарубежная рок- и поп-музыка, молодые русские рок-коллективы, популярные у молодежи и т.п.

У слушателей «Молодежного канала» радиостанции «Юность» появилась возможность, которой у них раньше не было - ежедневно узнавать самые свежие новости западного шоу-бизнеса. В конце 1980-х годов все это было очень интересно молодой аудитории, так как раньше им почти нигде

было узнать, например, о выходе новой пластинки или участии в благотворительном концерте той или иной эстрадной «звезды», о личной жизни исполнителей, их привычках, увлечениях, любимых марках одежды и т.д.

Утренний эфир «Молодежного канала» был закреплен за конкретным журналистом, у каждого из них были свои почитатели, с которыми теперь ведущие могли общаться непосредственно в «прямом» эфире. Вот имена некоторых из радиожурналистов «Молодежного канала»: Олег Гробовников (впоследствии, он стал одним из основателей Радио "ROKS"), Леонид Азарх (позже он перешел на "Радио России"), Андрей Зубков, Татьяна Визбор (также позже перешли работать на "Радио России"), Андрей Евдокимов - один из крупнейших в нашей стране специалистов по блюзу, который в начале девяностых годов стал ведущим эфира на радиостанции SNC, а позднее - на радиостанциях "Ракурс" и "Эхо Москвы".

С появлением в первой половине 1990-х годов негосударственных информационно-музыкальных радиостанций, ставших очень популярными среди слушателей и конкурирующих между собой, постоянно воплощая в жизнь все новые и новые идеи, как в эфире, так и вне его (новые радиопрограммы, концерты, презентации пластинок популярных исполнителей, и т.д.) для привлечения слушателей, «Молодежному каналу» пришлось во многом менять свою программную политику, чтобы выдерживать конкуренцию, которой еще несколько лет назад просто не было.

26 января 1997 года "Молодежный канал" отмечал десятилетие своей работы в эфире. Незадолго до этого была подготовлена новая 15-20-минутная программа "Баскетбольная мозаика" (ведущие - Евгения Сидорова и Дмитрий Никишин), передававшая «прямые» репортажи с матчей, интервью со звездами баскетбола, новости Российской баскетбольной суперлиги, Евролиги и НБА. Тогда же вышла и новая программа для автолюбителей - "От чайника до автогонщика", которая знакомила слушателей со всем

спектром информации, связанной с машинами, дорогами, ГАИ, проблемами ремонта автомобилей. Программа выходила по средам в 6.40, повтор - в 10.15, хронометраж - 4-5 минут.¹ Это знаменовало собой факт, что “Молодежный канал” все больше и больше старался ориентироваться на рынок, то есть на стиль вещания популярных информационно-музыкальных коммерческих радиостанций. Во второй половине девяностых годов программная и музыкальная политика «Молодежного канала» и радиостанции «Юность» в целом полностью сформировались.

«Юность» начала круглосуточное вещание, в ее эфире было примерно равное соотношение музыки и информационных программ, причем 70% составляла отечественная музыка, а 30% - зарубежные шлягеры, в тематических передачах ведущие поднимали весь спектр молодежных проблем. Общенациональные новости звучали на волнах радио “Юность” в начале каждого часа, а новости спорта - каждые 23 минуты.

Однако, несмотря на кажущееся благополучие и созвучный времени стиль вещания, станция не выдерживала конкуренции. Прежде всего, из-за того, что она не была коммерческим предприятием, не была нацелена на зарабатывание денег, а, следовательно, стала “задыхаться” от отсутствия новых идей, новых голосов в эфире и нежелания руководства «Юности» эту ситуацию менять.

Музыка, которая звучала на радио “Юность”, зачастую была подобрана неграмотно и непрофессионально – станция практически не сотрудничала с российскими звукозаписывающими компаниями и представительствами зарубежных фирм грамзаписи, в то время как у коммерческих станций работа музыкальных редакторов была отлично налажена. Репортажи корреспондентов радиостанции «Юность» отнюдь не всегда отличались занимательностью, а новости не всегда были самыми «свежими», в отличие от жестко отработанной схемы сбора и передачи в эфир новостей и

¹ Зайцева Т. Радио (Хроника: 27 января - 7 февраля).// Вестник телевизионной информации №13 (57). 1997, 27 февраля. С. 32-34.

репортажей на популярных негосударственных радиостанциях, где блоки новостей звучали три-четыре раза в час, и, как правило, никогда не повторялись.

Однако, несмотря на все организационные и творческие проблемы, главное, что привнес в российский радиоэфир «Молодежный канал» - это подчеркнуто дружелюбное отношение ведущих к своим слушателям и откровенное общение с аудиторией в «прямом» эфире.

Радиослушатель стал полноправным создателем программ, зачастую влияющим на словесное и эмоциональное содержание радиопередач посредством своих звонков, писем и общения с ведущими в «прямом» эфире.

§5 Перед рассветом (80-е-начало 90-х гг.)

Как европейские радиоведущие «протопали дорожку» для нового информационно-музыкального радио 80-х - начала 90-х годов: Сева Новгородцев, Джон Пил и их влияние на манеру общения со слушателями популярных ведущих российских радиостанций в 90-е.

Новая, «раскрепощенная» форма общения с радиослушателями возникла не на пустом месте. Ее корни уходят в шестидесятые-семидесятые годы, когда советские меломаны, предпочитавшие официальному радиовещанию и эстраде западную и отечественную рок-музыку, слушали другие, “альтернативные” радиостанции. Например, передачи английской радиостанции “Би-Би-Си”.

В брежневские “застойные” времена годы программы Севы Новгородцева были чуть ли не единственным источником зарубежной музыкальной информации, которую отечественные спецслужбы яростно “глушили”.

Условия работы на радио «Би-Би-Си» разительно отличались от тех, что имело место в это же время на советском радио. Новгородцев в одном из своих интервью рассказывал, что «...на «Би-Би-Си» не было разделения на должности: сегодня ты ведущий, завтра - продюсер, послезавтра - еще кто-то, все взаимозаменяемы. Так продолжалось месяца два-три, а потом в один

прекрасный день начальница вызвала меня и говорит: вот вы, мол, были раньше музыкантом, сделайте музыкальную программу”¹.

9 июня 1977 года вышла в эфир его первая «авторская» программа "Рок-посевы". "Рок-посевами" передачу назвал слушатель из Набережных Челнов, но это произошло только в конце восьмидесятых. Поначалу программа называлась весьма целомудренно: "Программа поп-музыки из Лондона".

С 1979 года Новгородцев стал получать письма от слушателей, которые серьезно рисковали собственной свободой. Однако это сыграло огромную роль в обмене свободными мнениями и развитии передачи, так как вся почта вскрывалась и проверялась перлюстраторами. 7 ноября 1987 года в эфир вышла первая пятидесятиминутная еженедельная публицистическая программа Новгородцева "Севаоборот".

В гостях у "Севаоборота" побывали интересные, неординарно мыслящие люди: известные писатели и художники, музыканты и журналисты, шахматисты и шпионы, экстрасенс, лесбиянка, редактор, батрак... В одном из звонков на «Би-Би-Си» слушатель отмечал целительное энергетическое воздействие данных передач на психику, он говорил, что программа Новгородцева «Севаоборот» дает ему колоссальный заряд на целую неделю.

Другой наглядный пример - работа, возможно, самого популярного английского радиоведущего Джона Пила, который начинал свою карьеру на Radio One примерно в тот же временной отрезок, что и Новгородцев, и чья манера поведения у микрофона и тематика передач в не меньшей степени, чем стиль Севы Новгородцева, повлияли на методы работы у микрофона ведущих московских радиостанций, возникших в самом начале девяностых годов.

¹ Шебуков Р., Полупанов В. Пять профессий Севы Новгородцева.//Аргументы и факты №29(770). 1995, 29 июля. С.15.

Radio One – специализированное круглосуточное музыкальное радио - одно из отделений «Би-Би-Си», было создано в 1967 году в качестве альтернативы многочисленным “пиратским” станциям.

С самого начала своей работы на Radio One Джон Пил стал выделяться своей необычностью: его голос был далек от радиообразцов, но идеально соответствовал вкусам молодежи, которая искала в эфире чего-то большего, нежели популярные шлягеры. Коллеги же воспринимали его как безобидного маньяка, который долго в «Би-Би-Си» не продержится. Но Джон знал, чего хочет и уже в шестидесятых годах проигрывал в эфире ту музыку, которая стала популярной только в семидесятых: Дэвид Боуи, Pink Floyd и т. д.

Двухчасовое "John Peel Show" снискало необычайную популярность, и было показателем того, что происходит в некоммерческом роке. Кроме того, в программе появилось много этнической музыки: реггей с Ямайки, африканский джу-джу, музыкальные композиции из Латинской Америки и Азии.

Д. Пил считал, что "...это великолепно и в то же время чудовищно, что я могу влиять на жизнь и карьеру людей. Возьмем, к примеру, группу The Ruts. Я часто проигрывал их первый сингл, и фирма Virgin быстро подписала контракт с группой. Годом позднее вокалист Малкольм Оуэн перебрал наркотиков и умер. Может быть, если бы я никогда не заводил этот сингл, он бы продолжал жить?".¹

Неудивительно, что человек, который более двадцати лет являлся одним из лучших ди-джеев Британии, иногда побаивался своей популярности, ибо популярность причиняет немало неприятностей, ведь журналист отвечает не только за свои слова, но и за людей, чью музыку он «крутил» в эфире.

В 1984 году руководство Radio One решило сократить число передач Пила. В музыкальной прессе разразилась настоящая буря - независимые

¹ Колядный И. Дядюшка Peel с Radio One. // Экзотика №2. 1994. С. 36

фирмы присылали на «Би-Би-Си» письма с протестами. Как объяснял сам Пил, "консервативные шефы «Би-Би-Си» едва меня выносят. Они считают, что мои слушатели - безработные бездельники, кто же еще может слушать такую музыку? Я вообще должен радоваться, что мне оставили три передачи, где я могу проигрывать такие пластинки, которые никто больше не ставит. Я не представляю себе, как я бы мог работать на какой-нибудь другой радиостанции".¹

Влияние методов работы в эфире Севы Новгородцева и Джона Пила на будущих ведущих популярных московских информационно-музыкальных негосударственных радиостанций начала девяностых годов было достаточно велико – прежде всего, это касалось музыки. Из программ Пила и Новгородцева будущие популярные радиоведущие узнавали о новых альбомах, смене имиджа, совместной работе с другими музыкантами популярных американских и британских исполнителей. Радиоведущие отечественных станций учились подбирать музыкальный материал для разных групп слушателей, с тем, чтобы соответствовать наиболее широкому спектру запросов аудитории.

Кроме того, на российских ведущих существенно повлиял стиль общения Новгородцева и Пила со своей аудиторией – доверительный, слегка фамильярный. В частности, спокойная, неторопливая манера Новгородцева вести программы, раскованность, отменное чувство стиля и чувство юмора, доверительное отношение к слушателю стали примером для подражания для многих российских журналистов, особенно тех, кто начинал свою работу в эфире в начале 1990-х годов. Многие из них откровенно позаимствовали у Новгородцева мягкие ироничные интонации, общение со своими слушателями, как с близкими знакомыми, с которыми стремились поделиться последними новостями и самыми модными музыкальными новинками. Надо отметить, что и у Новгородцева был свой кумир - Терри Воэн - английский ди-джей, но мало кто в ту пору мог об этом знать.

¹ Колядный И. Дядюшка Peel с Radio One. // Экзотика №2. 1994. С. 37

Радиведущие популярной в начале 1990-х годов радиостанции SNC, в интервью автору признавались, что они, во многом именно под влиянием передач русскоязычного ведущего «Би-Би-Си» Севы Новгородцева и англичанина Джона Пила (Radio One), полюбили рок- и поп-музыку шестидесятых-семидесятых годов. Манера общения с аудиторией многих ведущих радиостанции SNC – Сергея Галямина, Эркина Тузмухамедова, Роберта Редника, Андрея Евдокимова, Олега Чилапа – их рассказы о популярных как русских, так и западных рок-коллективах, иногда развернутые на несколько программ, увлекательные истории из мира шоу-бизнеса, в которые ведущие отчасти «вплетали» как свое отношение к тому или иному исполнителю, так и подходящие к тематике передачи примеры из собственной жизни, неторопливые беседы с приглашенными гостями не только о музыке, но и о серьезных философских проблемах – все это было не просто заимствовано ими у Новгородцева и Пила, но и пришлось как нельзя кстати.

В начале 1990-х годов, на заре становления негосударственного радиовещания слушателям нужна была не только самая свежая музыкальная информация (известно, что качество музыкального материала оставляло желать лучшего, так как цифровые носители (компакт-диски, DAT-кассеты) только начали появляться в нашей стране, да и средневолновый диапазон не способствовал такому «чистому» звуку, который возможен на FM. Однако все эти недостатки с лихвой искупались доверительным отношением аудитории к ведущим, эмоциональностью «авторских» программ на таких радиостанциях как SNC, «РОКС», «Радио 101», «Эхо Москвы», что и делало как ведущих, так и сами радиостанции популярными у аудитории.

Чтобы проиллюстрировать степень откровенности, внутренней свободы в общении с аудиторией и неповторимое чувство юмора Севы Новгородцева, которые в немалой степени повлияли на стиль работы многих ведущих московского радиоэфира, приведем небольшой отрывок из его передачи «Рок-посевы», посвященной выходу новому альбому популярной британской

группы Gorillaz. Сева Новгородцев делает замечательный, смелый и веселый комментарий на тему защиты гражданских прав чернокожего населения США и Европы, связав воедино воспоминания об отношении к неграм в России, отношении к этой проблеме на Западе и свою личную точку зрения:

“Мне трудно бывает порой объяснить своим западным собеседникам, что не было в России плантаций с рабами из Африки, что мы боролись за их свободу и потому можем их обзывать по-семейному - как хотим. Мы можем, например, сочинить веселую песню "Убили негра" и слушать ее со счастливой улыбкой. А тут, в Лондоне, свирепствует политическая корректность. Не дай вам Бог произнести это слово. Но, с другой стороны, если английская группа берет себе название «Gorillaz», то никто даже не осмелится искать в нем расовый намек... О них мы сегодня и поговорим...”¹.

Новгородцев мог сделать любую программу “Рок-посевы”, изначально посвященную выходу того или иного музыкального альбома или творчеству популярного исполнителя не просто занимательной, интересной и увлекательной за счет подбираемой и сообщаемой им информации.

Он, повествуя о музыке, музыкантах, “вплетал” в свои рассказы эпизоды из собственной жизни, свои ощущения от какого-либо факта, умело выбирая события из повседневной жизни и “привязывая” их к той или иной социальной, политической или эстетической проблеме международного масштаба.

Подобный подход к подаче материала “взяли на вооружение” многие современные радиожурналисты. Похожую манеру общения со слушателями во многом использовали и радиожурналисты “Радио 101”, например Сергей Зайцев, Кирилл Кальян.

Например, Кирилл Кальян в одной из своих программ, беседуя с популярным рок-музыкантом о выходе его нового альбома, вслед за Новгородцевым, как бы случайно затронул тему школьной системы

¹ Отрывок из передачи С. Новгородцева «Рок-посевы» от 21.07.2001г.

образования, которая не всегда благотворно воздействует на детскую психику, поощряя прилежных учеников и подавляя лидеров и хулиганов.

Как оказалось, известный серийный убийца – Фишер (Сергей Головкин) - учился в одном классе с музыкантом и как раз был тем самым прилежным мальчиком, не имеющим никаких замечаний от школьной администрации. Однако, впоследствии, был расстрелян за истязание и убийство нескольких детей. В то же самое время музыкант и его друзья, которые в школе были хулиганами и двоечниками, стали известными музыкантами, имеющими много поклонников, которых они с помощью своего творчества стремились вести к добру и свету.

От представления нового альбома музыканта и беседы с ним о музыке, радиоведущий К. Кальян плавно перешел к разговору со слушателями на серьезную тему, при этом никаким образом не разрушив целостность программы. Напротив, в своей развлекательной передаче ведущий сумел заставить слушателей задуматься над глубокой философской проблемой.

В своих, изначально сугубо развлекательных передачах о музыке и музыкантах, журналисты – последователи Новгородцева и Пила - поднимали серьезные, тревожащие их самих и аудиторию темы, такие как алкоголизм, наркомания среди молодежи и т.д., связывая их со своим жизненным опытом, давая собственную оценку этим негативным явлениям.

Причем, слушатели всегда являлись полноправными участниками таких передач, так как в любой момент могли позвонить и в “прямом” эфире поделиться с ведущими и их гостями своими мыслями по поводу обсуждаемой проблемы.

ГЛАВА II. 90-е годы российского радиовещания

§ 1 В эфире первые коммерческие информационно-музыкальные радиостанции.

(«Европа Плюс», «Эхо Москвы» и др). Радио SNC – «Свободное радио для свободных людей» и его ведущие, чьи эфиры ждали.

Границы периода, рассматриваемого во второй главе - рубеж 1980-1990-х годов по 2000 год.

Первая коммерческая радиостанция, вышедшая в российский эфир в апреле 1990 года, была "Европа Плюс", где литературные материалы занимали около одной трети вещания. 22 августа того же 1990 года начала свое вещание муниципальная информационно-музыкальная радиостанция "Эхо Москвы". Это была радиостанция, появившаяся по инициативе студентов и преподавателей факультета журналистики МГУ. Учредителем выступили также Московский городской совет народных депутатов, ассоциация "Радио", редакция журнала "Огонек". Заметим сразу, что в качестве муниципальной радиостанции "Эхо Москвы" просуществовала относительно недолго. Уже к 1993 году "Эхо Москвы" полностью перешло на рельсы развития коммерческой радиостанции. В октябре 1993 года "Эхо Москвы" отошло от концепции "романтического авторского радио" и стало "профессиональным разговорным радио". В 1994 году началось непрерывное круглосуточное вещание, также было создано информационное агентство. В это же время крупным акционером АО "Эхо Москвы" становится группа "Мост". Значительным событием стало появление в отечественном эфире в декабре 1990 года радиостанции «Радио России», которая в самом начале своего вещания заняло положение альтернативного источника информации, политически противостоящего официальному Гостелерадио СССР.

4 января 1991 года в эфир вышла радиостанция SNC.

К этому времени значительно изменилась и точка зрения на обязанности ведущего в передачах бывшего Всесоюзного радио - практика "Молодежного канала" "Юности", других так называемых каналов "прямого эфира" (особенно на "Маяке") продемонстрировала, что навыки многих лидеров официального "прямого эфира" явно устарели. По сути дела, встал вопрос о том, что профессия ведущего в новых условиях работы нуждается в серьезной и сложной корректировке.

Полигоном для этого стали новые радиостанции. С нашей точки зрения, наиболее ценным оказался опыт радиостанции SNC, работу которой мы рассматриваем подробно.

Во-первых, радиостанция SNC - одна из родоначальников нового типа вещания – коммерческого “многоаспектного” радио.

Во-вторых, способы работы в эфире некоторых ведущих коммерческих радиостанций во многом позаимствованы у ведущих SNC.

В-третьих, SNC стала местом успешного дебюта радиожурналистов, позднее ставших ведущими корреспондентами, комментаторами и обозревателями различных коммерческих радиостанций.

Как уже было сказано, с января 1991 года в эфирном диапазоне средних волн на частоте 1260 КГц открыла свое вещание информационно-музыкальная радиостанция SNC.

SNC была создана первой тогда еще советской негосударственной компанией - музыкально-культурным центром Стаса Намина. В начале 1991 года Центр в качестве учредителя, спонсора и руководителя являл собой солидное и перспективное учреждение. SNC-радио стало частью музыкальной корпорации SNC, в которую, помимо него, входили:

- а) непосредственно культурный центр;
- б) концертное агентство, специализирующееся на организации акций, концертов и фестивалей альтернативной (непопулярной) музыки в Москве,

на площадках Зеленого Театра Парка Культуры имени Горького, а также в московских ДК и рок-клубах;

в) фирма грамзаписи "SNC-рекордс", осуществляющая запись и выпуск пластинок и компакт-дисков рок-музыки, а также коммерческой эстрадной музыки;

г) телекомпания "SNC-TV", производящая такие телепрограммы как "Ночной клуб SNC", "Желтая подводная лодка" и т. д.;

д) рекламное агентство;

е) издательская фирма.

Основными направлениями деятельности нового радио стали:

1) Организация досуга своей аудитории. Это выразилось в утверждении на радиоволнах отечественной и зарубежной рок-музыки при полном отсутствии низкопробной "попсы".

2) Структура формирования эфиров, подбор кадров, диапазон и тематика передач и постоянных рубрик строились с учетом специфики радио как собеседника. У SNC была своеобразная миссия домашнего, "кухонного" радио в лучшем смысле этого слова. Оно должно было объединить своих поклонников в неформальной обстановке. SNC-радио, в зависимости от ситуации, могло служить как настоящим центром внимания, так и незаменимым дополнением к общению.

3) В лице (то есть в голосах) ведущих аудитория приобрела скорее единомышленников и старших товарищей - более взрослых и опытных - нежели воспитателей и педагогов. Таким образом, SNC благополучно избежала излишней назидательности.

SNC-радио вещало на Москву, Санкт-Петербург и прилегающие к этим городам регионы. Объем вещания составлял двадцать два часа в сутки с техническим перерывом с пяти до семи часов утра, причем четырнадцать часов ежедневно занимали программы, «стержнем» которых были разговоры ведущих.

В качестве аргументов, свидетельствовавших о популярности радиостанции, слушатели радиостанции SNC называли:

Во-первых, разнообразную тематику программ, позволяющую каждому найти и выбрать для себя наиболее интересную.

Во-вторых, присутствие в эфире компетентных ведущих, каждый из которых выработал собственный стиль и манеру общения со слушателями. Каждый ведущий SNC в полной мере отвечал за ход эфира, так как одновременно выполнял обязанности журналиста и диктора, звукоинженера, редактора.

В-третьих, возможность прямой "обратной связи" с помощью студийных телефонов, позволяющих непосредственное общение как с ведущими, так и с гостями студии – музыкантами, художниками, актерами, производителями пластинок и т.д.

Телефонные звонки и письма, кроме музыкальных заявок, благодарностей и пожеланий творческих успехов, содержали достаточно подробный анализ деятельности SNC-радио, что, безусловно, помогало станции оперативно вносить коррективы в работу.

С помощью "обратной связи" со слушателями работниками SNC было установлен вечерний прайм-тайм радиостанции - с четырех до восьми часов вечера, а утренний - с семи до одиннадцати часов утра. В соответствии с этими данными в вечернем эфире SNC выходили в эфир наиболее популярные передачи: "С днем рождения", "Тяжелый час", а в утренние часы радиослушателям, не успевшим накануне услышать эти передачи, предлагались повторы - записи предыдущих вечерних эфиров.

Что касается непосредственной работы ведущих у микрофона, то эфир радиостанции SNC был поделен на утренний, дневной и вечерний сегменты, каждый из которых в течение всей недели был закреплен за конкретным ведущим. Постоянные слушатели радиостанции всегда знали, чего ждать от каждого дня недели и каждого сегмента, так как за конкретный "кусочек" эфира отвечал один из постоянных ведущих радиостанции – как за его

содержание, так и за музыкальное наполнение и подбор “авторских” программ.

Например, вечер понедельника с (18.00 до 00.00) был отдан Эркину Тузмухамедову, который, как хорошо знали его постоянные слушатели, всегда умел создать веселую, немного хулиганскую атмосферу в студии, поддразнивал звонящих в эфир слушателей, кокетничал по телефону с девушками, рассказывал о “пробках” на дорогах, в которые постоянно попадал, о своей семье. Вот фрагмент его вечернего эфира, иллюстрирующий манеру ведущего общаться со своей аудиторией: “В моей семье все солидные люди, мой родной брат - серьезный человек, юрист, только я один, закончив военный институт иностранных языков, пошел работать на SNC и сижу, общаюсь тут с вами, говорю в микрофон разные глупости, но пусть простит меня моя матушка, ничуть об этом не жалею!”¹.

Надо отметить, что и такая, не слишком интеллигентная манера общения была востребована аудиторией на заре становления коммерческого информационно-музыкального радиовещания. И с этим ничего нельзя поделать – такова реальность.

Однако слушатели знали, что, когда наступало девять часов вечера, настроение ведущего становится более серьезным, ведь в одиннадцать часов вечера он перейдет к разговору о серьезном музыкальном явлении – английской группе Beatles.

Э. Тузмухамедов не раз говорил, что если бы существовала такая радиостанция, в эфире которой все двадцать четыре часа звучала музыка группы Beatles, он бы, не задумываясь, пошел бы туда работать. Весь этот час в понедельник слушатели получали массу увлекательной информации о группе, ее истории, личной жизни “битлов”, сольных работах музыкантов, как прошлых лет, так и об их новых альбомах. Это было тем более интересно, что Эркин Тузмухамедов, прекрасно владея английским языком, черпал информацию из первоисточников (авторизированных биографий,

¹ Цитата из «авторской» передачи Э. Тузмухамедова (радиостанция SNC) от 18.05.1991г.

интервью из английских и американских музыкальных журналов), которые в начале девяностых годов были практически недоступны большинству меломанов.

Напротив, день и вечер субботы (14.00-18.00) принадлежал одному из самых популярных ведущих радиостанции С.Н. Галямину, специалисту в области отечественной рок-музыки. Характерными чертами его эфиров были размеренность, неторопливость, размышления о жизни, чему особенно способствовали приятный мягкий тембр голоса самого ведущего и его философско-аналитический склад ума. Например, после своего летнего отпуска, который ведущий по обыкновению проводил у своих родственников в деревне, он привозил и отдавал на суд слушателей увлекательный многосерийный (он мог быть растянут на несколько дней) рассказ-зарисовку о местных жителях, их поведении и привычках, количестве выпиваемого ими самогона, удивительных закатах, домашних животных и т.д. Свой монолог Галямин очень умело “разбавлял” разнообразными музыкальными номерами - от этнического рока Дмитрия Ревякина и группы “Калинов мост” до психоделии Pink Floyd.

Ведущие эфиров радиостанции SNC отличались друг от друга не только возрастом и объемом жизненного опыта, но и темпераментом, музыкальными пристрастиями и т.д., однако, главное, что их объединяло и делало эфир радио SNC привлекательным для слушателей, было то доверие, которое испытывали ведущие по отношению к слушателям и наоборот. Ведущие делились со своей аудиторией всем, что их волновало на данный момент, и слушатели в ответ рассказывали ведущим в “прямом” эфире о своих переживаниях, независимо от того, что многие радиожурналисты были значительно старше 20-30-летних – основной аудитории радиостанции.

В отношениях между аудиторией и ведущими SNC не было никакой фальши или заигрываний (в это время мало задумывались о рейтинге радиостанции, так как на первое место ставилось, прежде всего, качество работы ведущих у микрофона). На наш взгляд, прообразом подобного типа

общения с аудиторией для ведущих SNC стали, прежде всего, программы Севы Новгородцева, с его откровенностью и умением рассказывать увлекательно даже о самых банальных вещах. По признанию 30-40-летних ведущих SNC, “практически все наше детство и юность мы провели, прикинув ухом к радиоприемнику, чтобы сквозь треск “глушилок” услышать его увлекательные программы”.¹

SNC-радио имело внушительную аудиторию постоянных слушателей. Наиболее преданными из них был организован фэн-клуб SNC-радио.

SNC поддерживало новых молодых талантливых музыкантов, организовывало всевозможные конкурсы и фестивали фонограмм, отслеживало их концертную деятельность и т. д.

Как уже было сказано, радио SNC доказало возможность существования в рамках одной радиостанции совершенно разных позиций и взглядов как на музыку, так и на жизнь в целом. Это, в первую очередь, было связано с работой на радио самых разных ведущих.

Контракт, заключенный SNC в середине 1991 года со Всемирной службой Британской радиовещательной корпорации, позволил напрямую ретранслировать по спутниковой связи передачи "BBC World Service" на Санкт-Петербург. Еженедельно также из Лондона в Москву доставлялось шесть музыкальных программ, записанных в студии первого канала «Би-Би-Си» исключительно для SNC-радио.

Это позволяло создавать блоки информационных и музыкальных программ на английском языке, что, во-первых, являлось хорошей языковой практикой для российских слушателей, а, во-вторых, эффективным способом привлечения внимания зарубежных бизнесменов и туристов.

Однако уже к сентябрю 1992 года радиостанция SNC сначала перешла на так называемый “технический” режим вещания (без ведущих), а, в конце

¹ Запись личной беседы автора с ведущим радиостанции SNC С. Н. Галяминым

сентября 1992 года, просуществовав в эфире всего год и восемь месяцев, закончила свою деятельность.

Формально прекращение вещания радио SNC было связано с прекращением его дальнейшего финансирования Культурным Центром Стаса Намина. Надо отметить, что создатель радиостанции Стас Намин никогда не ставил своей целью сделать радио SNC коммерческим предприятием. Радиостанция SNC, начиная с технического оснащения и заканчивая (на первых порах) подбором радиожурналистов, многие из которых были личными друзьями Намина, была, прежде всего, способом самовыражения известного музыканта и продюсера. Даже основной джингл радиостанции: “В эфире независимая радиостанция SNC” и первый эфир были записаны самим Стасом Наминым. Эта радиостанция, как сказал С. Намин в одном из интервью, была станцией единомышленников, которых связала любовь к качественной русской и зарубежной рок-музыке, а отнюдь не коммерческая выгода.

Однако когда Намину этот проект перестал быть интересен, он просто закончил вкладывать в него деньги, направив финансовые потоки в другое русло, в частности, в собственную студию звукозаписи SNC Records, занимавшуюся изданием компакт-дисков российских рок-музыкантов.

Радио SNC было учреждено и открыто фактически по инициативе одного человека – известного отечественного продюсера и музыканта Стаса Намина. На средства от удачной коммерческой операции стала возможной оплата лицензии и аренда радиопередатчика. В результате бартерного обмена появилось техническое оснащение радиостанции: усилители, магнитофоны, проигрыватели, CD-плееры, карт-машины, пульт, звукозаписывающая аппаратура. Музыкальный фонд радиостанции - виниловые пластинки, кассеты, компакт-диски - был сформирован полностью из личных коллекций журналистов.

Пополнялся он за счет единичных подарков фирм грамзаписи для демонстрации и рекламы своей новой продукции, а также подарков

музыкантами своих новых работ. Иногда пластинки привозились из зарубежных командировок самим С. Наминым.

Некоторые средства приносила реклама на радиоволнах. В число потенциальных рекламодателей входило ограниченное количество организаций. Его могли составить фирмы грамзаписи, фирмы, продающие аудиотехнику и музыкальные инструменты, туристические и спортивные организации, однако на самом деле доходы от рекламы были небольшими.

Радиостанция представляла собой группу единомышленников, объединенных любовью к некоммерческой музыке. Последние несколько месяцев работы радиостанции ведущие SNC, работая только на энтузиазме, не получали зарплаты.

Наиболее популярным работникам - ведущим журналистам - предложили работу другие московские радиостанции - радио "ROKS", "Эхо Москвы", радио "Максимум", "Радио России". На какое-то время их место заняли люди недостаточно компетентные - что повлекло за собой ухудшение качества выпускаемых программ, потерю "фирменного" стиля радиостанции SNC. Открытое, свободное отношение к аудитории сменилось небрежностями – языковой и психологической. Радиостанция, так четко и не выработавшая ни своей сформулированной концепции, ни принципов, единых для работы каждого, ни творческого устава - закончила свое существование.

§2 Новое время - новые песни: Разнообразие форматов радиостанций, первые радио диджеи и интерактивные отношения со слушателями.

- *Форматы радиостанций и их особенности.*
- *«Специализированные» и «многопрофильные» информационно-музыкальные радиостанции середины 90-х - начала 2000-х годов.*
- *Особенности «авторской» программы на радиостанциях разного типа*

После появления на отечественном рынке новой формы вещания - свободной, обращенной непосредственно к слушателю - возникло сразу

несколько коммерческих станций, таких как радио "Максимум", "Радио 101" и других, что повлекло за собой естественную конкурентную борьбу за слушателя и рекламодателя. Слушателю была предоставлена возможность выбирать радиостанцию того формата, который его больше устраивает.

Наиболее популярными в девяностые годы и коммерчески выгодными как в США и Европе, так и в России, согласно американским и европейским источникам, стали следующие форматы (надо отметить, что, несмотря на отличия в программной политике станций, профессиональные ведущие могут работать на радиостанции любого формата):

АС - Adult Contemporary - "Современный взрослый". АС был наиболее популярен в восьмидесятые годы, однако и в конце 90-х годов XX века не сдавал лидирующих позиций. Его основная аудитория – слушатели от 25 до 49 лет - наиболее привлекательна для рекламодателей, так как эта возрастная группа больше других нацелена на зарабатывание и трату денег. Однако некоторые рекламодатели вкладывают свои деньги в станции АС-формата, так как их самих привлекает этот тип вещания. Такие станции также очень нравятся женской аудитории.

Музыкальная основа АС-станций - самые модные и старые поп-хиты семидесятых-девяностых годов, отсутствие так называемого "тяжелого" рока. Иногда в подборе музыкального материала присутствуют элементы "софт-рока" (мелодичный рок), которые хорошо монтируются с лирическими балладами. Утренние эфиры таких станций ведут самые популярные и высокооплачиваемые ведущие (personalities), они призваны создавать приятную атмосферу, хорошее настроение у слушателей. Именно поэтому на этих станциях довольно много времени было отведено общению с аудиторией, Авторы программ дня и вечера разговаривают в эфире гораздо меньше. Новости и спорт играют на АС-радиостанциях второстепенную роль. В формате АС начинали свое вещание "Европа плюс" и "Радио 7 - На Семи Холмах".

Вот пример конференса на радиостанции “Европа плюс”: “Дивный день сегодня, друзья, мы проведем вместе целых четыре часа, впереди у нас много хорошей музыки и самые свежие новости, а потому не будем терять ни минуты. Открывает новый музыкальный час на радио “Европа плюс” вечно молодой Sting с романтической композицией “Desert Rose”.¹

Формат CHR или EHR - Contemporary (European) Hit Radio (в пятидесятые-шестидесятые годы он назывался Top 40) - "Современное радио хитов". CHR восьмидесятых годов было ориентировано, прежде всего, на подростков и совсем молодых людей от 12 до 18 лет, но в девяностые годы аудитория значительно "повзрослела" (15-35 лет), так как в последнее десятилетие XX века появилось много музыки разнообразных стилей и направлений, попадающей в первые "десятки" хит-парадов, интересной людям разного возраста: от джаза до рэпа, от блюза до трип-хопа. CHR - очень энергичный формат, не допускающий даже секундного молчания в эфире. Его основная идея - завоевать внимание молодежи с помощью самой "горячей" музыки - наиболее продаваемой в данный момент, занимающей высокие позиции в национальных и мировых таблицах популярности. Для CHR-формата характерны насыщенные, но короткие новостные блоки, в основном развлекательно-познавательного характера (количество политической информации сведено к минимуму) и бодрые молодые голоса ведущих. В данном формате работали московские радиостанции "Максимум", "Европа плюс", "Хит-FM". Вот фрагмент программы по заявкам в дневном эфире радио “Максимум”:

- Ди-джей Филипп: И вот на проводе у меня некто Саша из Бирюлева, который говорит, что у него грипп и еще у него живут чудные белые и серые хомячки. Что бы ты, Саша, хотел сейчас услышать и кому передать привет?...²

Еще один пример - конференс в утреннем эфире радио “Хит-FM”:

¹ Цитата из дневной передачи радиостанции «Европа плюс» от 18.06.2000г.

² Передача по заявкам в дневном эфире радио «Максимум» от 10.05.1997г.

- DJ Базаров: Да, пятница, по сути, день еще рабочий, а по настроению уже очень далек от какой бы то ни было работы. Тем не менее, друзья мои, нам еще трудиться и трудиться, и настроение надо сохранять бодрое и работоспособное. Это радио "Хит-FM". День добрый!¹

Формат Easy Listening - "Музыка, легкая для восприятия", первоначально назывался Beautiful Music. Основа данного формата - инструментальная музыка, иногда с мягким вокалом, популярные мелодии, исполняемые музыкальными коллективами с большим количеством струнных инструментов. Основная аудитория - люди старше пятидесяти лет. Некоторые станции выпускают в эфир довольно большие новостные выпуски и информационные блоки в утренние часы. Однако в мире такие радиостанции постепенно уступают место станциям, передающим музыку New Age (музыка для снятия напряжения и медитаций, кроме музыкальных инструментов, в ней присутствуют звуки моря, леса, голоса птиц, крики чаек, дельфинов и т.д.). В США радиостанции формата New Age ориентируются на яппи - молодых бизнесменов, высший менеджмент с престижным университетским образованием. В музыкальном плане Easy Listening присутствовал в программах "Радио 101": здесь можно было услышать и инструментальную джазовую композицию с лидер-саксофоном, и основную музыкальную тему из к/ф "Игрушка" или популярную оперную арию в электронной аранжировке из фильма Люка Бессона "Пятый элемент". Также в этом формате вещало "Престиж-радио". Реплики ведущих на радиостанциях такого формата не слишком развернутые, однако, насыщены ассоциациями и помогают создавать приятную атмосферу.

Вот, например, комментарий к песне "Goodbye, Yellow Brick Road" Элтона Джона на "Радио 101": "Думаете, у них там все дороги из желтого кирпича? Нет, просто в 1973 году у Элтона Джона скопилось слишком много

¹ Фрагмент дневной программы радиостанции «Русское радио» от 03.06.2000г.

солнечных очков с желтыми стеклами... почти такими же, как весь наш теперешний шоу-бизнес...”.¹

AOR (Album Oriented Rock /Adult Oriented Rock) - "Рок, ориентированный на альбомы/ Рок, ориентированный на взрослых молодых людей". Эти радиостанции рассчитаны на людей от 18 до 34 лет, в основном мужского пола, так как музыкальное "содержимое" данных станций нередко включает в себя так называемые "тяжелые" рок-композиции. Следовательно, такие станции не слишком интересны потенциальным рекламодателям, так как имеют достаточно узкую направленность. Причем, "роковые" композиции звучат больше стандартных 3,5 минут, иногда и по пять, и по семь минут. В "чистом" AOR начинало свое вещание радио "РОКС".

Ведущие на таких радиостанциях довольно много времени общаются с аудиторией как в "прямом" эфире, так и в рамках "авторских" программ. Например, когда радио "РОКС" работало в формате AOR, на его волнах целых сорок минут могла звучать специальная программа, посвященная подробному анализу творчества какого-либо одного рок-коллектива.

Такой формат может подразделяться также на подформаты: Modern Rock/Alternative ("Современный рок/альтернативная музыка"), Classic Rock ("Классика рок-музыки"). В США и Европе формат Modern Rock/Alternative, как правило, практикуется на студенческих "локальных" радиостанциях, ориентируется на молодежную аудиторию, в то время как Classic Rock - на более зрелых людей. Classic Rock – станции демонстрируют самые популярные рок-композиции семидесятых-девяностых годов. Музыка здесь играет более важную роль, нежели реплики ди-джеев, поэтому последние не слишком многословны. Например, предворяя новую музыкальную композицию, им достаточно сказать лишь несколько слов: "Классика, только классика рок-музыки на наших волнах. Led Zeppelin и их знаменитая Stairway

¹ Цитата из дневной передачи радиостанции «Радио 101» (ведущий - С.Зайцев) от 14.09.2000г.

То Heaven – лишнее тому подтверждение...”.¹ В Москве данный формат был представлен радио "Классика".

Формат Nostalgia ("Ностальгия") – это, прежде всего, музыка конца сороковых - пятидесятих годов (эпоха биг-бэндов) рассчитан на людей от пятидесяти лет, данные станции могут быть полностью или частично компьютеризированы. В эфире таких радиостанций звучат только музыкальные композиции, без голосов ведущих.

Другой похожий формат, Oldies, ориентируется на поп-стандарты пятидесятих - начала шестидесятых годов: Элвис Пресли, Everly Brothers и др. Ведущие здесь имеют возможность больше времени быть в эфире и более свободно общаться со слушателями, например, проводить викторины, посвященные творчеству какого-либо музыканта. Нечто среднее между форматами Oldies и Nostalgia представляла собой "Радио России - Ностальжи", а также радио "Ретро". Ведущие не слишком много общаются с аудиторией, их основная задача - создавать приятную, расслабляющую атмосферу, не мешая своей аудитории наслаждаться музыкой. Вот как звучит немногословный конференс на радио "Ретро": "Да, замечательные были времена, когда мы были молодыми и чушь прекрасную несли, о чем, собственно и поет несравненная Людмила Гурченко. "Когда мы были молодыми..." на волнах радио "Ретро"...".²

В странах, где государственный язык - не английский, существуют станции, которые передают только национальную поп- и/или рок-музыку, такой формат называется National Music или National Hit. Такие станции, как правило, весьма популярны, так как мировая музыкальная индустрия ориентирована на англоязычную музыку, но песни на родном языке страны всегда более любимы слушателями. На московском радиорынке в этом формате вещали "Русское радио" и "Наше Радио", для которых характерны

¹ Цитата из дневной программы на радио «Классика» от 15.06.2000г.

² Цитата из дневной передачи на р/станции «Ретро» от 26.09.2000г.

бодрые голоса ведущих, которые развлекают и поднимают настроение слушателям. Вот пример такой манеры общения с аудиторией:

- Ведущие Александр Тихомиров и Павел Паньков (бодро, хором):
Сразу двое у микрофона прощаются с вами. Подслушивайте нашу программу на волнах "Русского радио" пять раз в неделю в 15.30 и ночью в 0.30.

- Тихомиров: Не напрягайтесь!

- Паньков: Не расслабляйтесь!

- Оба хором: И не увлекайтесь! ¹

На наш взгляд, довольно убого, но действительно, ибо уже привычно для аудитории.

В начале 1990-х годов коммерческие радиостанции приспособивались к новым условиям жизни: ценились радиожурналисты, хорошо знающие иностранный язык, чтобы правильно произносить название композиций и легко брать интервью у иностранных музыкантов. Ведущие эфира и информационных программ заметно "помолодели". Ими становились люди 19-25 лет, ибо динамичный формат - например, CHR "Европы Плюс" и "Максимум" - требовал энергичного ведения эфира.

На работу в коммерческие радиостанции стали брать молодых людей, чаще всего, не имеющих никакого опыта работы на радио, тем более государственном, которые могли бы общаться со слушателями на их языке, способных быстро обучаться работе с микшерным пультом, микрофонами, CD- и DAT-плеерами, карт-машинами, эфирными компьютерами и т.д.

В начале девяностых годов информационно-музыкальные коммерческие и муниципальные радиостанции разделились на два типа. К первому стали относиться станции принципиально нового для отечественного радиовещания характера, которые выпускали в эфир только музыку и очень короткие, локальные выпуски новостей. Их можно назвать «специализированными» коммерческими информационно-музыкальными радиостанциями.

¹ Цитата из программы «Экспресс-камера» («Русское радио») от 14.06.2000г.

Среди наиболее популярных у аудитории радиостанций стали "Русское радио", "Европа плюс", "Хит-FM" и др. Вот примерное расписание одного дня "Европы плюс":

Музыкальные эфиры ди-джейев сменяли друг друга каждые три часа с 6.00 до 0.00. и с 3.00 до 6.00.

Новости (5 минут) в начале каждого часа

Авторские программы ("Автодром", "Европа плюс-Спорт", "Компактные новости" (CD-новинки), "Светские новости", "Видеотека", "Вояж", "Московская панорама" – в течение дня от 5 минут до получаса.

Обзор прессы "Пресс-дайджест" (часовая программа один раз в день)

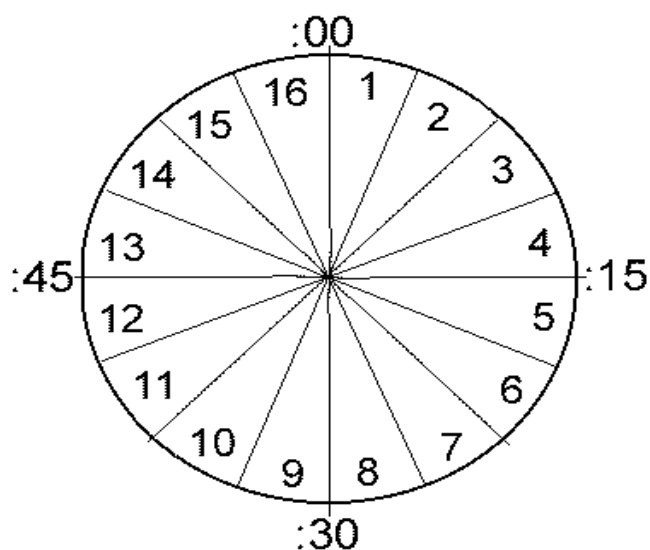
Программы по заявкам слушателей "Презент-телефон" – два раза в день (часовая днем, двухчасовая вечером)

Эротическое шоу Жени Шаден с 0.00 до 6.00.

Говоря более детально, музыка, которая звучит в эфире в течение часа, частота ее появления, временные отрезки работы ведущих в эфире, рекламные ролики, джинглы, анонсы, новостные блоки - все эти элементы входят в понятие "колесо вещания" (programming wheel) или "звуковой час" (clock). Конечно, не всякая станция жестко программирует свой эфирный час ("вещательное колесо" может и вовсе отсутствовать), но даже те радиостанции, которые предоставляют своим радиоведущим большую свободу, так или иначе, структурируют свой эфирный час (или день).

Понятие "программное колесо" можно охарактеризовать как определенную последовательность программных элементов в течение одного астрономического часа эфира. Некоторые программные директора разрабатывают не один, а несколько "колес", например, одно для "горячих" сегментов - раннее утро и ранний вечер, где больше конференса, динамичная музыка и много информации, другое - для более спокойных часов - день и поздний вечер.

Вот один из вариантов "программного колеса" "специализированной" информационно-музыкальной радиостанции, имеющих компьютерное программирование:



- 1) Основной джингл радиостанции, модный шлягер (композиция из лучшей "тройки" национального хит-парада)
- 2) Анонс новостей, блок рекламы
- 3) Композиция из лучшей "десятки" (4-10 место национального хит-парада)
- 4) Джингл №2, хит 80-х годов (композиция, популярная до сих пор)
- 5) Композиция из лучшей "двадцатки" (11-20 место), сводка погоды
- 6) Блок рекламы, новости
- 7) Композиция из лучшей "десятки"
- 8) Джингл №3, модный шлягер
- 9) Композиция из лучшей "двадцатки"

- 10) Блок рекламы
- 11) Хит 80-х годов
- 12) Композиция из лучшей "десятки"
- 13) Джингл №4, анонс
- 14) Модный шлягер
- 15) Блок рекламы, погода
- 16) Хит 80-х годов, основной джингл радиостанции

"Звуковой час" составляется в соответствии с ритмом жизни целевой аудитории радиостанции, это касается не только "специализированных" информационно-музыкальных станций, но и чисто новостных, которые, как правило, делятся на двадцатиминутные циклы: в начале каждого - самые важные государственные новости, затем региональные, национальные, международные и т.д., или же станций формата News/Talk, сетка вещания которых также напоминает "колесо вещания" информационно-музыкальной радиостанции: в начале каждого часа - новости, затем интервью или беседа с гостем, прерываемая рекламными роликами и джинглами и т.д.

В качестве примера здесь можно назвать радиостанцию "Маяк", которая в 1997 году перешла к двадцатиминутным блокам вместо традиционных получасовых, тем самым вплотную приблизившись к формату News/Talk в его международном варианте, при этом стиль вещания радио «Маяк» стал более живым и динамичным. Позднее этот формат получил свое развитие, когда радио «Маяк» получило FM-частоту, и в эфире появился круглосуточный информационный радиоканал под названием «Маяк 24» (103,4 FM).

Ко второму типу относятся станции, которые по традиционной типологии и привычной терминологии мы могли бы назвать общественно-политическими. На этих станциях, среди которых наиболее известными в девяностые годы стали "Эхо Москвы", "Открытое радио – Романтика" и "Ракурс", за исключением тематических музыкальных передач (обычно это "авторские" программы), музыка существует в качестве фона, на котором

выделяются новостные выпуски, разного рода комментарии, радиоигры и викторины, политические беседы, интервью и дискуссии. Такие радиостанции было бы справедливо назвать "многопрофильными" информационно-музыкальными станциями. Вот каким образом заполнялся вещательный день на радиостанции "Эхо Москвы" в середине 1990-х годов:

Политический комментарий два раза в день (5-10 минут).

В начале каждого часа информационная программа "Эхо" (4 минуты), выпуск новостей каждые полчаса. Также в течение всего дня: новости экономики, новости европейской культуры и науки, европейские бизнес-новости и др. (по несколько раз в день)

Обзор прессы (утро), обзор завтрашних газет (вечер),

Авторские немзыкальные программы: "Банковский вестник" А. Князевой, "Во саду ли в огороде" Е. Ситниковой (Советы садоводам и огородникам), "Арбатский АРС" О. Северской и др. (Новости культуры и науки, еженедельные тематические альманахи, гости в "прямом" эфире), "Где бы вы не были" Т. Лямзиной (О мобильных средствах связи), "Дэнди-стайл" (программа о моде), "Мединфо" (программа о здоровье) и т.д.

Ток-шоу "Гостиная "Эхо Москвы" – гости в "прямом" эфире (вечер).

Спортивные передачи: Анонс главных спортивных событий, "Спорткурьер"

Авторские музыкальные программы (поздний вечер-ночь): Ночная джазовая программа Б. Алексеева, "В рабочий полночь" А. Кашпура, ночные передачи В. Ильинского, "Весь этот блюз" А. Евдокимова и др.

Следовательно, на "специализированных" коммерческих информационно-музыкальных радиостанциях основной упор делается на музыку, как самую "горячую", то есть имеющую в данный момент наибольший коммерческий успех, так и на популярные русские и зарубежные шлягеры прошлых лет. С этим связаны и особые способы ее представления в эфире, и подходящие новостные блоки, и "авторские" программы. Они принципиально отличаются от "многопрофильных"

станций, где основой эфира являются разнообразные новости, общественно-политические и просветительские передачи и уже в последнюю очередь “авторские” музыкальные программы, которые выходят в эфир поздно вечером и ночью.

Если говорить о процентном соотношении музыки и слова, то в эфире "специализированных" коммерческих информационно-музыкальных радиостанций присутствует в среднем 70% музыки и 30% информации (новости, авторские передачи), в случае "многопрофильных" станций все наоборот - 70 % информации и 30 - музыки.

Все это влияет на подбор эфирных ведущих. Если "специализированных" информационно-музыкальные радиоканалы, в основном, ориентируются на довольно молодого, энергичного слушателя, следовательно, основной контингент ведущих информационно-музыкальных программ и ведущих новостей – молодые люди от 20 до 30 лет (примерно того же возраста или чуть старше основной аудитории), хорошо разбирающиеся в разных музыкальных стилях и направлениях, знающие английский язык (так как большинство музыкального материала – англоязычные композиции), энергичные, веселые, остроумные, способные поддерживать у слушателей определенную настрой. Радиоведущие ориентируют аудиторию на постоянное общение.

В то же время "многопрофильные" радиостанции предпочитают "видеть" в своей эфирной студии ведущих, с богатым жизненным опытом, умеющих быть интересным собеседником как для молодого слушателя (25-30 лет) так и для более взрослого (от 30 до 60 лет), интересующегося, прежде всего, событиями в стране и за рубежом, стремящегося постоянно быть в курсе всех новостей. Музыка и музыкальные передачи занимают их уже во вторую очередь.

На "специализированных" радиостанциях работа ведущего совмещена с работой звукоинженера. Это редко бывает на "многопрофильных" радиостанциях, для которых характерно отдельное расположение

аппаратной и вещательной студии, то есть ведущий (диктор, автор программы), а также гости эфира находятся в звукоизолированном помещении (вещательной студии), где размещаются микрофоны. Следовательно, техническую сторону вещания обеспечивает звукоинженер.

На "специализированных" информационно-музыкальных радиостанциях обе аппаратные совмещены. Поэтому ведущий, который одновременно является и звукорежиссером, и звукоинженером, и редактором, и журналистом, находясь за микшерным пультом, имеет возможность корректировать с пульта вещательный сигнал радиостанции, вводить звуковой сигнал с различных источников (цифровых и аналоговых микрофонов, CD-плееров и проигрывателей виниловых дисков, устройств воспроизведения служебных сигналов), а также производить смену звуковых носителей (магнитофонных лент и кассет, компакт-дисков). Радиожурналист не только сам ведет эфир, он также двигает "бегунки" на пульте, монтируя музыкальные композиции, рекламные ролики, джинглы радиостанции, собственноручно создавая цельную картину "прямого" эфира.

Среди самых известных ведущих, соответствующих всем вышеперечисленным требованиям и ставших впоследствии "лицами" своих радиостанций в первой половине 1990-х годов можно назвать ведущих информационных выпусков радио "Максимум" Александра Абрахимова и Юлию Бордовских, DJ Фанни (Владимира Фонарева) (радио "Максимум") - одного из первых московских радиоперсонажей, который стал продвигать техно-культуру, Ксению Стриж (К. Ю. Волынцеву) и Жени Шаден (радио "Европа Плюс"), Василия Стрельникова - ведущего эфиров на "Радио 7", Оксану Подригу (Радио "ROKS"), Ксению Ларину, Андрея Евдокимова, Сергея Корзуна, Сергея Бунтмана (радио "Эхо Москвы"), причем последний соединяет себе тип ведущего, который мы имеем в виду, и политического комментатора, как, впрочем, и главный редактор радиостанции "Эхо Москвы" Алексей Венедиктов. Эти ведущие регулярно выходили в эфир как

ведущие не только политических, но и самых разнообразных просветительских и развлекательных программ.

В 1995 году в FM-диапазоне появилась новая радиостанция. Как СМИ она была зарегистрирована под названием "Радио Экспресс", но в эфире возникла как "Русское радио".

Именно эта станция совершила переворот в программной политике столичного радиоэфира. Начав регулярное вещание в августе 1995 года, "Русское радио", согласно опросу по данным Комкон-2, в течение нескольких лет стабильно занимала лидирующее место среди столичных FM-станций. Отметим как факт – под влиянием работы этой станции часть других радиостанций московского диапазона резко увеличили количество русскоязычных песен в своих программах, соответственно перестроив содержание плей-листов. "Русское радио" к середине 1996 года достигло пика своей популярности, благодаря профессиональному подходу к форматной политике - только русскоязычные хиты, яркие запоминающиеся рекламные ролики, вызывающие джинглы с зачастую шокирующими шутками Николая Фоменко (например, "Новый вид услуг: пицца в автомобиль... с размаху в лобовое стекло. Рекламная служба "Русского радио"), и, конечно же, благодаря профессиональным, не слишком молодым, интеллигентным и доброжелательным ведущим, многие из которых долгое время проработали на других коммерческих радиостанциях и стали популярны у аудитории.

"Русское радио" завоевало популярность среди слушателей практически безо всяких рекламных уловок. Нелишне отметить, что бывший в то время программным директором "Русского Радио" Степан Строев начинал свою карьеру на радио в качестве ведущего эфира на радиостанции SNC, позднее был ведущим радио "РОКС". Довольно долгое время С. Строев вел на "Русском радио" программу "Яблочко", куда приглашал известных и популярных музыкантов, актеров – своих хороших знакомых, беседовал с ними на разные темы, шутил, поддразнивал.

Например, в беседе с известным телеведущим Алексеем Лысенковым Строев мог задать “провокационный” вопрос с самой невинной интонацией: “А вот тут всем интересно узнать о твоих отношениях с той самой, как ты сказал, наполовину армянкой, наполовину казачкой певицей Сабиной?”. На что Лысенков, подыгрывая Строеву, отвечал в том же духе: “Ой, я так ее боюсь, не хотелось бы рассказывать о наших отношениях, а то она непредсказуемая женщина, мало ли что может со мной сделать, когда я вернусь домой, если ей не понравится мой ответ”.¹

Манера ведения С. Строевым программы “Яблочко” очень напоминала “диалоги на кухне”, характерные для радио SNC и сильно выбивалась из привычных рамок программируемого коммерческого “Русского радио”, тем не менее “Яблочко” пользовалась популярностью у аудитории радиостанции.

4 июля 1995 года начала свою работу в эфире радиостанция "Серебряный дождь". Поначалу музыкальное содержание эфира было крайне пестрым - хорошо известные песни последних сорока лет без различия жанра. Слушателю могли предложить после композиций английских групп Rolling Stones и Depeche Mode - песенку Чебурашки. Наряду с таким специфическим музыкальным подбором на радио "Серебряный дождь" эфиры вели совсем юные, абсолютно непрофессиональные, никому не известные юноши и девушки (только несколько человек, включая Андрея Вульфа, Дмитрия Никульшина и Юлию Солнцева, до этого работали на радио "Максимум"), которые, нисколько не смущаясь, объявляли в эфир Джо Дассена, при этом ставили Дэмиса Руссо (впоследствии даже не извиняясь за ошибку). Слушатели "Серебряного Дождя" могли услышать от ведущего эфира следующую реплику: "Ну, все, пока, я с вами прощаюсь, если кто-то будет проезжать на "тачке" мимо нашего офиса, то подбросьте меня до дома".²

¹ Цитата из программы С. Строева «Яблочко» («Русское радио») от 18.10.1999г.

² Цитата из дневной музыкальной программы на радиостанции «Серебряный Дождь» от 10.07.1995г

К 1997 году "Престиж-радио" более четко определило свой формат, по словам музыкального директора Михаила Галича, оно превратилось в "радио для тех, кто работает дома за компьютером". Его формат приблизился к Easy Listening и Trad Jazz (инструментальные соул-джаз композиции в духе Кэнди Дэлфер и Кенни Джи и традиционные джазовые композиции, рассчитанные на людей тридцати-пятидесяти лет), тем самым привлек к себе определенную часть аудитории, а в начале 1997 года в связи с прекращением вещания радио "РОКС" сюда же "переместились" две лучшие джазовые программы московского эфира "Джаз. Частная коллекция" Михаила Иконникова и "Across The Universe" Мартина Ландерса. В 1997 году практически на всех радиостанциях FM-диапазона большее значение стало придаваться авторским программам и собственно личности радиожурналистов, многие из которых стали "визитными карточками" радиостанций и, соответственно, в значительной мере повлияли на рейтинг радиоканалов. Например, на радио "Максимум" самой популярной стала программа Александра Ф. Скляра "Учитесь плавать" об экстремальной альтернативной музыке, на "Надежде" - передача Николая Яременко, посвященная фолк-музыке - "Русский файв-о-клок". Николай Фоменко стал самой яркой звездой "Русского радио" благодаря популярному юмористическому шоу "Русские гвозди", а на средневолновом "Ракурсе" огромное количество "авторских" передач и было основой его ежедневного эфира.

Еще одна характерная тенденция для радиовещания конца 1990-х годов XX века - совмещение амплуа теле- и радиоведущего: так, еще в конце 1996 года на радио "Максимум" пришла Тутта Ларсен, параллельно работавшая на "Муз-ТВ"; Константин Михайлов - ведущий утреннего шоу на радио "Максимум" ушел работать на телеканал "СТС" в качестве шоумена, ведущие популярной юмористической телепрограммы "О.С.П.-студия" также делали свою программу на "Русском радио".

Передачи радиозвезд 1970-х-1980х годов остались по-прежнему популярными и в конце XX века: например, записываемые в Лондоне "Рок-посевы" основателя русскоязычного музыкального радиовещания Севы Новгородцева (радио "Би-Би-Си"), некоторое время появлявшиеся в эфире "Радио 101", с сентября 1997 года вышли на волне радио "Классика". Здесь же стоило бы упомянуть программу Виктора Татарского "Встреча с песней", отметившую в 1997 году свое тридцатилетие и выходившую на двух радиоканалах - "Радио России" и "Радио-1".

На "многопрофильных" программируемых коммерческих информационно-музыкальных радиостанциях, где в течение всего вещательного дня доминирует музыка, важную роль для общения с аудиторией играют авторы программ. Именно они влияют не только на формирование вкусов своей аудитории, но и устанавливают с ней довольно тесный контакт, который и позволяет слушателям решить для себя, доверяют ли они данному ведущему (а, следовательно, и радиостанции) или нет.

Как уже было сказано выше, в середине девяностых годов уже сформировался некий новый пласт ведущих, ставших "визитной карточкой", отличительным знаком своей радиостанции. У каждого из них сложился собственный имидж, а у аудитории выработалось устойчивое отношение к тому или иному ведущему. Слушатели хорошо знали самых популярных журналистов той или иной радиостанции, имели представление о том, что ей ждать от каждого из них, и уже решали для себя, принимать их такими, какими они "выглядят" на волнах своей радиостанции или нет.

При достаточно жесткой конкуренции радиостанций друг с другом таких ярких личностей не так уж и много, прежде всего, потому, что завоевать доверие, а, следовательно, и популярность среди слушателей не так-то просто. Для этого радиожурналисту необходимо обладать незаурядными личностными и профессиональными качествами, такими как отличное владение русским языком, эрудиция, богатый жизненный опыт, артистизм, чувство юмора, меры и стиля, способность слушать своего

собеседника, желание и умение поделиться с аудиторией своими мыслями и чувствами и многими другими. Несомненно, такой «набор» психологических качеств и профессиональных навыков есть лишь у немногих радиоведущих. Как правило, они достаточно много лет проработали у микрофона, поэтому хорошо чувствуют настроение и знают потребности той или иной категории радиослушателей.

Каждый из популярных и любимых слушателями радиожурналист нашел свои особые способы самовыражения, приемы, способные завлечь аудиторию, что значительно выделяет их среди других ведущих, чья задача большей частью заключается в том, чтобы создавать требуемое настроение у аудитории в течение определенного сегмента эфира. Поэтому на «специализированных» программируемых коммерческих информационно-музыкальных радиостанциях только «авторская» программа позволяет самовыразиться ведущему в полной мере, так как дает ему достаточно времени для общения с аудиторией и не слишком скована жесткими требованиями, связанными с программированием эфирного времени.

Необходимо отметить самых ярких, на наш взгляд, ведущих «специализированных» коммерческих информационно-музыкальных радиостанций FM-диапазона, их приемы общения со своей аудиторией. Среди наиболее популярных можно выделить Кирилла Кальяна («Радио 101»), Александра Гордона (р/станция «Серебряный Дождь»), Жени Шаден (радиостанция «Европа плюс»), ведущих развлекательно-познавательной программы «Экспресс камера» на «Русском Радио» Павла Панькова и Александра Тихомирова и других. Несколько слов стоит сказать о методах общения некоторых ведущих со своей аудиторией в «прямом» эфире.

Например, Кирилл Кальян в своей популярной передаче «Соки-Воды» общался с приглашенными музыкантами, многие из которых являлись его друзьями так, как будто находился у себя на кухне, поэтому обстановка создавалась крайне непринужденная. Речь в его программе шла обо всем на свете, и гостям, и слушателям было легко и спокойно, поэтому час пролетал

незаметно, как будто это было общение с приятелем, которого журналист не видел много лет. Слушатели программы “Соки-Воды” были полноправными участниками разговора, поэтому постоянно задавали самые непосредственные, а порой и интимные вопросы, но, хорошо зная стиль передачи, манеру ведущего честно и откровенно, но при этом мягко, интеллигентно, не выходя за рамки приличий, общаться со своими гостями в студии, задавали их так же тактично. Вот пример того, как этот ведущий общался со своими гостями:

- Кальян: Вот вопрос с пейджера: “Армен (Григорян, лидер рок-группы “Крематорий”), прячется ли в каждом из нас какое-то параллельное призвание? Кем бы вы могли стать, если бы не стали певцом?”.

- Григорян: Я не певец, просто музыкант. Я всегда стремился к свободе, но больше всего меня захватила музыка, которой я и занимаюсь по сей день”.¹

Постоянных слушателей программы “Соки-воды” подкупала искренняя, по-детски непосредственная, восторженная, при этом очень обаятельная манера ведущего обращаться к своим слушателям. Вот еще один пример:

- Кальян: Команда “Крематорий”, пластинка “Три источника”, песня “Гиена огненная”... Все для вас и ради вас на волнах самой рок-н-рольной, бесподобной и абсолютно настоящей радиостанции. Тащитесь, друзья, хорошая музыка сегодня у нас, очень хорошая!...²

Несмотря на то, что гость этой программы - музыкант и поэт, а “Радио 101” - музыкальная радиостанция и, естественно, в передаче Кальяна речь большей частью шла о творчестве группы, ее новой пластинке, однако ведущий предлагал своей публике узнать гостя с разных сторон, например:

- Кальян: Это “Соки-Воды” и Армен Григорян. Армен Сергеевич, гуру, просто хороший человек и старый знакомец, человек, с которым приятно

¹ Цитата из передачи К.Кальяна «Соки-Воды («Радио101») от 14.05.2000г.

² Там же.

говорить не только о музыке, но и о других серьезных и несерьезных вещах...¹

“Авторской” передачей могут быть и новости, если их основа - развлекательная, познавательная информация, за подбор которой и манеру донести ее до слушателей отвечает сам ведущий программы.

Например, ведущие выпусков новостей “Студия 15”, выходявшей в эфир в четверть каждого часа в течение всего дня на радио “Максимум”. Александр Абрахимов и Георгий Цихисели, предлагали своим слушателям занимательную информацию о самых разных вещах, а их манера общения с аудиторией - мягко, вкрадчиво, но доходчиво донести ее до слушателей – делала их выпуски новостей неповторимыми, запоминающимися, способными привлечь к себе аудиторию (что доказывало пристальное многолетнее внимание к ним со стороны многочисленных рекламодателей и неоднократное получение Александром Абрахимовым различных профессиональных премий как “лучший радиоведущий”).

Выпуски новостей “Студии 15” превышали стандартные 3-3,5 минуты, эта передача имела собственное “лицо”, умело сотворенное ее авторами и ведущими. Вот небольшой отрывок из новостного выпуска “Студии 15”:

“...Несмотря на старания ученых, стремящихся доказать, что чудес на свете не бывает, подавляющее большинство американцев на рубеже XXI века убеждены в обратном. Как показал общенациональный опрос, 84% жителей США верят в то, что Бог все-таки способен сотворить чудо, лишь бы захотел...”²

Причем, если в традиционных выпусках новостей ведущий лишь констатировал факты, то здесь авторы могли по ходу вставить небольшую “авторскую” ремарку, там, где это было уместно, чтобы несколько “оживить” информацию. Например:

“По мнению 80% опрошенных, чудеса, описанные в Библии, на самом

¹ Там же

² Цитата из программы Г. Цихисели «Студия 15» (радио «Максимум») от 13.04.2000г.

деле имели место, 2/3 американцев, утверждают, что они знакомы с теми, с кем произошло чудо, половина уверяет, что они сами были свидетелями чудес. 2/3 американцев признались, что они молились, чтобы Бог сотворил чудо, правда, они почему-то умолчали, захотел Господь сотворить его или нет...”¹

Последние слова, как раз и есть “авторская” ремарка, позволяющая сделать информацию более яркой и запоминающейся.

Не менее занимательной может быть похожая познавательная, но уже юмористическая программа, особенно если ее ведут сразу двое ведущих, очень похожих и по темпераменту, и по тембру голосов. Такую программу любят слушатели, особенно если ведущих знают по телевизионной версии такой передачи, и она уже имеет внушительную аудиторию. Если такая передача веселая, динамичная и в то же время в ней много весьма полезной информации, поданной в свободной, раскованной манере, то все это заставляет слушателя не только вникать в суть произносимых ведущими слов, но и волей-неволей заражаться от них бодростью, оптимизмом и безудержным весельем. В качестве примера можно привести популярную программу “Русского радио” “Экспресс-камера”, где двое ведущих - А Тихомиров и П. Паньков - развлекали публику различными сюжетами из жизни столицы. Вот небольшой фрагмент из нее:

-Тихомиров (бодро): Мос-ковская клубничка. Перед майскими праздниками в Москве для всеобщего посещения открылся музей старинных автомобилей и мотоциклов. Дмитрий - самый младший из семьи Ломаковых. По его словам, в его коллекции есть личный автомобиль Бормана, тот самый автомобиль, который снимался в фильме “Операция Ы...”. Сам музей располагается в полугараже-полумастерской. Чтобы хоть как-то заработать денег, Дмитрий ввел различные платные услуги...

- Паньков (перебивая соведущего, с не меньшим энтузиазмом):

¹ Там же

Например, всего за тридцать рублей специальным веничком вам разрешат смести пыль с капота, крыши и багажника одного из “мастодонтов”. Правда, чихаешь после такой “процедуры” без перерыва. Ведь пыль-то она и в Африке пыль, даже если старинная....¹

Совсем по-другому выглядят “авторские” программы, если их ведущие создали определенный “образ” и придерживаются его в эфире постоянно. В этом случае, чтобы слушатель доверял такому ведущему, крайне важно, чтобы журналист органично вписывался в рамки данного “образа”. Имидж ведущего не должен мешать аудитории верить его словам, даже если тот, выходя в эфир, несколько лукавит, надевая на себя определенную «маску».

Таким ведущим, с одной стороны, легче общаться с аудиторией, так как они выставляют напоказ лишь некоторые стороны своей натуры, но с другой такая полузакрытость или просто ширма от посторонних глаз и ушей создает дополнительный барьер между ведущим и аудиторией. Задача ведущего, находясь в рамках своего амплуа, этот барьер разрушить.

Весьма яркими представителями такого типа ведущих в девяностых годах стали Жени Шаден (радио “Европа плюс”) и Александр Гордон (радиостанция “Серебряный Дождь”).

Постоянные слушатели радио “Европа плюс” были хорошо знакомы с “образом” ведущей “Эротического ночного шоу” - загадочной, обольстительной дамы, лица которой никто никогда не видел. И, тем не менее, несмотря на некоторую манерность, искусственность ее “радиообраза”, слушатели на протяжении десяти лет звонили ей, спрашивали совета в достаточно щекотливых ситуациях, говорили ей комплименты и объяснялись в любви – словом, доверяли и принимали ведущую Жени Шаден такой, какой она хотела выглядеть в их глазах. Вот фрагмент из “Эротического шоу” Жени Шаден:

- Шаден: ... Одна моя подруга как-то говорит: “Мой мужчина постоянно

¹ Фрагмент передачи «Экспресс-камера» П. Панькова и В. Тихомирова («Русское радио») от 17.10.2001 г.

прививает мне комплекс вины: то я шторы не так повесила, то еще что-то сделала не так”. В конце концов, ей пришлось со своим спутником расстаться. У меня самой был такой случай: человек, который (загадочно, томно понижает голос) жаждал моей взаимности, стал во мне культивировать комплекс вины, постоянно напоминая: “Вот ты мне не позвонила, а я ждал твоего звонка, ты что-то обещала и не сделала”. В таких случаях я просто свожу общение с таким человеком до минимума, друзья мои...”¹

При этом Жени Шаден в своей программе не забывала отвечать на вопросы и просьбы своих слушателей, как бы вовлекая их в игру, которую придумала сама. Поэтому нельзя говорить, что передача строилась лишь на загадочном голосе, томной интонации и “щекотливых” темах, поднимаемых Шаден. Слушатели чувствовали, что Шаден приятно их внимание, и она с большой симпатией относилась к своей аудитории, особенно к слушательницам, помогая им советами и собственным опытом как отстаивать свои права на семейном фронте. Аудитория программы активно подыгрывала ведущей не менее мастерски, общаясь с ней в «прямом» эфире и присылая вопросы и пожелания на пейджер, например:

...- Шаден: А сообщения все приходят и приходят: “Жени, город Грозный Вас очень любит. Если поставите для нас песню, получите подарок!”.

- Шаден (игриво, кокетливо, поддерживая свой “образ”): А я мужчинам не верю - вот когда будет подарок, тогда и будем разговаривать. Всем же известно, что все мужчины - халывщики...²

Совсем иначе вел себя в эфире популярный радио- и тележурналист Александр Гордон. Его отношение к слушателям, которое он культивировал, в корне отличалось от традиционного доброжелательно-внимательного отношения, коего придерживается большинство популярных радиоведущих,

¹Фрагмент «Эротического шоу Жени Шаден» (радио «Европа плюс») от 21.06.2000г.

² Фрагмент «Эротического шоу Жени Шаден» (радио «Европа плюс») от 21.06.2000г.

в частности, та же Шаден. Он открыто заявлял о своей “крайней нелюбви” к своей аудитории, принимая “образ” злого шута - человеконенавистника, циника, ничего хорошего не ждущего ни от людей, ни от жизни. Тем не менее, несмотря на слишком доброжелательное отношение к слушателю, у его шоу “Хмурое утро” было немало и поклонников.

Однако, по словам самого ведущего, ему в равной степени малоинтересны как восторженные комплименты, так и откровенная брань в его адрес. Большинство приемов, которые он использовал, выходили за рамки интеллигентной, корректной журналистики.

На “многопрофильных” коммерческих информационно-музыкальных радиостанциях, где основой эфира являются многочисленные “авторские” программы, личность ведущего выступала на первый план.

Не секрет, что зачастую ведущему эфира на подобных станциях приходилось за каких-нибудь пять-шесть часов касаться самых разнообразных тем, например, говорить с гостями студии об особенностях японского кинематографа, затем, сразу после выпуска новостей переходить к разговору о поэзии Петрарки, потом, через рекламный блок, обсуждать с аудиторией и новым гостем студии проблемы англо-бурской войны, а сразу после музыкальной паузы включиться в диалог с известным исполнителем о проблемах авторской песни. Так, в частности, строился субботний «авторский» эфир Сергея Бунтмана (радиостанция “Эхо Москвы”).

Ведущему на “многопрофильной” коммерческой радиостанции необходимо много общаться как с аудиторией, так и с гостями студии, при этом ему самому надо быть интересным собеседником, умеющим чувствовать людей, найти к ним свой особый подход.

На популярной в середине девяностых годов XX века средневолновой радиостанции “Ракурс” эти принципы соблюдались в полной мере.

На радиостанции “Ракурс” в эфир выходили многочисленные “авторские” программы, посвященные как самой разной музыке: джазовой (“Академический час джаза” К. Волкова), этнической (“Celtic Time: Вчера.

Сегодня, Завтра” М. Гладкова, “Латинский дневник” А. Прохорова), экспериментальной, советской массовой и др., так и литературные, публицистические (“Не только Бродский”, “Чемодан. Довлатовские чтения”, “Верхом на осле - античная мифология на “Ракурсе” О. Чилапа, культурные (“New Age” А. Никольской, “Indivision” Р. Цапиной - о московском музыкальном и художественном андеграунде), “Сейшн” С. Рымова и М. Стригиной, посвященная событиям московской клубной жизни, детские - “Время слушать сказку” Л. Садовской и многие другие программы. Ставка на волнах радиостанции “Ракурс” делалась на авторов программ самых разных возрастов, вкусов, пристрастий, взглядов на жизнь и др.

Такое разнообразие передач, а, следовательно, их авторов на волнах радиостанции – традиция, оставшаяся со времен радио SNC, так как основной состав радиостанции SNC с момента появления “Ракурса” в эфире продолжил традиции SNC-радио и на новой радиостанции.

Среди наиболее популярных ведущих, по оценкам слушателей радио “Ракурс”, можно назвать М. Стригину и С. Рымова – журналистов информационной программы “Сейшн”, рассказывавшей о новостях концертной жизни столицы. Джингл передачи гласил, что аудитория может услышать в ней новости из столичных клубов, интервью с музыкантами и их продюсерами, репортажи с концертных площадок столицы.

Авторы программы - М. Стригина и С. Рымов - общались со своими слушателями бодрыми, энергичными голосами попеременно, темп их речи, а также очень “жесткая” музыка на “подложке” делали их манеру общения с аудиторией динамичной и захватывающей. У слушателя создавалось ощущение, что журналисты наперебой спешат рассказать ему все самое свежее и интересное. В довольно позднее время (22.30), никак не способствующее легкому усвоению информации, авторы передачи, тем не менее, “заряжали” своих слушателей бодростью и желанием посетить тот или иной концерт. Не случайно ведущие программы “Сейшн”, по мнению постоянных слушателей, постоянно входили в “тройку” лучших

радиожурналистов радио “Ракурс”.

Еще одна популярная ведущая радиостанции “Ракурс”, Алена Никольская, профессиональный астролог, была автором литературно-музыкальной композиции “New Age”. Никольская старалась направить аудиторию передачи на обретение духовного здоровья, много общалась со слушателями в эфире, звучала расслабляющая музыка в стиле “new age”. В своей программе радиоведущая не пыталась привлечь публику с помощью примитивных гороскопов, которые, якобы, подходят всем и каждому, а старалась обратить внимание слушателей на свой собственный внутренний мир. Алена Никольская обладала очень приятным голосом, тихим и проникновенным, но отнюдь не заискивающим, поэтому ее рассказы о линиях руки, о том, как определить подходит ли тебе психологически твой партнер, о потусторонних силах и нежелательном общении с ними, на протяжении всего времени существования программы притягивали к ней аудиторию.

Никольская приглашала в свои программы представителей нетрадиционной медицины, рассказывала о древних способах лечения души и тела, пришедших из глубины веков из Индии, Греции, Тибета. Кроме непосредственного общения во время передачи, слушатели часто звонили Никольской и после эфира с просьбой разобраться в той или иной ситуации, предсказать судьбу, помочь найти общий язык с детьми.

То, что делала в эфире Никольская, совсем не было похоже на многочисленные агрессивные призывы различных целительниц, магов и колдунов, так как ведущая не старалась никому себя навязать, а просто рассказывала людям о знаниях, применимых в реальной жизни (например, правильное питание по известному американскому философу – доктору Мартинесу, корректное поведение в сложных житейских ситуациях и др.), пытаясь вернуть людям утраченную гармонию в жизни.

Эта ведущая обладала сильной энергетикой, которая притягивала людей, заставляла их поверить ей. Это было очень важно, ведь постоянные

слушатели всегда знали, что им есть куда обратиться за советом, так как сама ведущая передачи - грамотный, квалифицированный специалист.

На “многопрофильных” коммерческих радиостанциях журналисты, развлекая аудиторию, одновременно в увлекательной форме доносят до нее и серьезные вещи, касающиеся истории, литературы, религии разных народов мира и т.д., уважая вкусы и потребности своей аудитории.

Не менее важную роль на “многопрофильных” радиостанциях играл непосредственно ведущий эфира, так как именно на нем держался весь или же часть каждого вещательного дня. Устоявшаяся система рубрик самого радиоведущего и программ приглашенных авторов, связующим звеном между которыми служила личность ведущего эфира и была той особенностью, которая привлекала к “многопрофильным” станциям разных слушателей.

Важнейшей отличительной чертой “многопрофильных” радиостанций было продолжительное “живое” общение со слушателями, которое позволяло слушателям почувствовать, что журналист обращается конкретно к каждому из них и стремится, чтобы каждый слушатель ощущал себя легко и непринужденно.

Особенностью уже упомянутой радиостанции “Ракурс” являлась персонификация эфира.

Например, понедельник - дневной и вечерний “отрезок” эфира – был днем популярного ведущего Олега Чилапа, по его словам, “экологически чистый эфир”, заполненный музыкой шестидесятых-семидесятых годов: Beatles, Rolling Stones, Doors, Kinks, Pink Floyd и т.д. Это был наиболее насыщенный литературным и музыкальным материалом день недели, так как ведущий много времени отводил программам, представляющим собой литературно-музыкальные композиции. Среди них можно назвать следующие передачи: “Верхом на осле”, посвященную античной мифологии, “Репей”, основанную на синтезе классической литературы и мировой рок-музыки, “Довлатовские чтения”. Эфир О. Чилапа был весьма органичен,

можно сказать, что он был столь же плавным и умиротворяющим, как и голос самого ведущего. Его “фирменное” обращение к слушателям “Здравствуйте, любезнейшие радиослушатели!”, приятная музыка, неторопливое общение со слушателями в “прямом” эфире, создавало ощущение, что на дворе семидесятые годы и идет не радиопередача, а посиделки на какой-нибудь уютной кухне за чашкой чая, где собеседники обсуждают друг с другом живопись, музыку, литературу, которая “отмечена” официальными властями как “нежелательная для ознакомления”.

Постоянная аудитория всегда знала, что слушатель в любое время мог позвонить в эфир и рассказать ведущему об удачно сданном экзамене или приятной перемене, произошедшей в жизни, чему тот всегда искренне радовался и ставил в ответ хорошую музыку. Не случайно, среди постоянных слушателей и поклонников Чилапа было немало романтически настроенных барышень, которым очень нравился рок-н-ролл шестидесятых-семидесятых годов и поэзия Артюра Рэмбо, Шарля Бодлера и т.д.

Прямую противоположность собой представлял другой “авторский” эфир - пятница с Никитой Ивановым. Стиль ведения программ журналиста радиостанции “Ракурс” Никиты Иванова разительно отличался от неторопливого, вальяжного эфира Чилапа несравненно большей динамичностью, лаконичным конферансом и четкими, без лишних слов анонсами каждой новой программы.

Важно также отметить, что ведущий Н. Иванов отличался очень хорошим чувством времени и умел подобрать песню таким образом, чтобы она закончилась ровно в начале часа, когда должна была начать звучать отбивка: “Времени в Москве стало больше...на час. Радио “Ракурс”

По своей упорядоченности эфиры Иванова напоминали программируемые эфиры FM-радиостанций, однако, на радио “Ракурс” никогда не практиковалось компьютерное программирование, не существовало жестких плей-листов. Такое ощущение создавала работа радиожурналиста в эфире. Постоянные слушатели хорошо знали, что Н.

Иванов был очень пунктуален в отношении временных рамок своих программ, поэтому никогда бы не стал разговаривать с позвонившим в неподходящее время слушателем, а мог сделать это только тогда, когда будет объявлена викторина или выполнение заявок. Тем не менее, это не означало, что он был невнимателен к своей аудитории, просто каждый ведущий на радиостанции “Ракурс” работал так, как ему самому было удобнее всего.

Одной из его “авторских” программ была литературно-музыкальная композиция “Наблюдение”. В ней можно было услышать все, что угодно – от биографии Наполеона до рассуждений на тему повышения цен на бензин, так как она отвечала одному из главных принципов “Ракурса” - собеседованию со слушателем, воссозданию “кухонной” теплоты и искренности общения. Слушатель становился настоящим собеседником ведущего, высказывая в “прямом” эфире свое мнение по разбираемому вопросу, а иногда помогая и в подборе музыки, соответствующей теме передачи.

На основании вышесказанного, можно сделать вывод, что в условиях монополизации эфира ведущие “многопрофильной” радиостанции обладали большей свободой слова, нежели радиожурналисты программируемых “специализированных” радиостанций.

ГЛАВА III. Особенности работы радиоведущих: Способы и методы завоевания аудитории

Вместо предисловия.

Критерии деления радиоведущих на 3 типа.

Главная задача ведущего радиопередачи - сделать свою программу как можно более образной и яркой, запоминающейся, создать определенное настроение у слушателей, а для этого нужна максимальная концентрация душевных сил и творческий подъем. Радиоведущий стремится донести до аудитории ту или иную мысль или идею посредством не только слов, но и эмоций.

Эмоции индивидуальны, поэтому, даже не самая свежая мысль или идея, выраженная оригинальным способом, рассмотренная под новым углом, может подействовать на аудиторию самым серьезным образом, и даже быть принята как руководство к действию.

Первый уровень творчества, на наш взгляд, заключается в способности творческой личности выразить мысль, коснуться поднимаемой проблемы так, чтобы всегда оставаться в рамках эмоционального настроения того учреждения, организации, интересы которой он выражает (в данном случае - вещательного канала). Цель и смысл творческого процесса в этом случае заключается в том, чтобы найти такую оригинальную форму (вербальную и эмоциональную) подачи материала, чтобы быть услышанным аудиторией, чтобы та хотя бы на короткое время заострила свое внимание на поднимаемой проблеме. При этом эмоциональная наполненность слов должна обязательно совпадать с эмоциональным настроением канала вещания.

Второй уровень творчества, вторая ступень свободы самовыражения, открытости заключается в умении найти такой “образ”, чтобы привлечь внимание к поднимаемой проблеме. Это происходит уже не столько посредством переживаний, сколько за счет внешне эффектной словесной формы, вербальных образов, особого ритма, при этом автор выражает не свою личную точку зрения, как в первом случае, а выступает в рамках придуманного “образа” - яркого, привлекающего внимание. В этом случае творец касается поднимаемой проблемы таким способом, чтобы аудитория проявила желание подумать над его словами, но только умом, не сердцем.

Третьим, самым высшим уровнем творчества, на наш взгляд, является стремление (и способность!) творческой личности не только найти нужные слова, чтобы выразить свою мысль, но и пропустить их сквозь призму собственных эмоций, основанных на личном мировоззрении, мироощущении, идеалах и т.д. Этот уровень подразумевает максимальную степень доверия аудитории к коммуникатору, и наоборот, автора к той аудитории, к которой он обращается. То есть, посредством индивидуального

жизненного опыта, на своем примере, через собственные переживания творец (в данном случае журналист, радиоведущий) заставляет других людей задуматься над тем или иным аспектом жизни, смыслом существования, вечными истинами бытия. Это есть высшее проявление внутренней свободы творческой личности, отражающее всю силу его стремлений донести мысль до аудитории.

Все три уровня творчества могут быть применимы и к работе радиоведущего. Как известно, радио привлекает к себе внимание не только музыкальным материалом, джинглами, отбивками, анонсами, новостями, конкурсами и т.д. В понятие "формат радиостанции" входит также словесное наполнение эфира, тембр голосов, интонации, ритм, эмоциональный настрой радиоведущих, авторов различных музыкальных и информационных программ.

Анализируя опыт работы радиоведущих, рассматривая и обобщая навыки и приемы работы радиожурналистов на радиостанциях различных типов и форматов, мы приходим к необходимости типологизации радиоведущих, иначе говоря, к попытке дифференцировать их опыт по различным уровням взаимоотношения, как с исходным материалом вещания, так и по принципам взаимоотношения с аудиторией. Разумеется, всякая типологизация – вещь достаточно условная, но определенные направления в принципах работы журналиста у микрофона, а, следовательно, в определении причин успешной или неуспешной практики общения с аудиторией – такая типологизация оказывается полезной.

Основанием для деления радиоведущих на несколько типов, на наш взгляд, может служить уровень личностного вмешательства радиожурналиста в толкование сообщаемой им информации. Это напрямую связано с тем, в какой степени журналист свободен в выражении своих чувств и эмоций, насколько комфортно он чувствует себя в рамках своей программы. На основании обозначенных выше уровней творчества можно приблизительно разделить радиоведущих на три группы, то есть выстроить

некую типологию ведущих, радиожурналистов, основанную на их личных психологических качествах, особенностях поведения в эфире, степени воздействия на слушателей.

§ 1 Ведущий-информатор

Самый легкий способ завоевания аудитория для начинающих, ведущих новостей и ди-джеев-light

! Примеры: Мария Макеева, Александр Абрахимов, Наталья Стаханова и другие

Первый по нашей типологии тип радиоведущих мы условно называем «ведущий-«информатор».

Вмешательство такого журналиста в информацию, которую он сообщает слушателям, минимально. Его задача просто сделать эту информацию интересной и увлекательной, не комментируя ее. Аудитория доверяет высказываниям этого типа ведущих ровно в той мере, в какой она доверяет радиостанции, на которой этот ведущий работает.

В этом случае журналист находится в рамках заданной темы передачи, ритм программы и интонации ведущего не должны расходиться с эмоциональным настроением, который несет данная станция, поэтому ведущий-«информатор» является проводником ее идей и эмоций. Главное для него - донести поднимаемую проблему, найти такую форму подачи информации (словесную и эмоциональную), чтобы слушатели не пропустили ее.

Безусловно, ведущему-«информатору» необходимо найти интересную форму подачи материала (слова, акценты, выражения) и использовать личное обаяние - обаяние голоса, тембра, особенно, если речь идет о новостной программе, которая ограничена жесткими рамками формата радиостанции.

Всеми этими качествами обладала ведущая программы «Людам о людях» Мария Макеева («Русское радио»). Она делилась со слушателями разными интересными случаями, произошедшими за рубежом, сама передача

создавалась по материалам Associated Press, Reuter и других зарубежных информационных агентств.

Безусловно, обаяние голоса ведущей, мягкая манера вести программу являлось неотъемлемой частью программы “Людам о людях”, а также формата “Русского радио” в целом. Основой данной программы была занимательная информация. Передача “Людам о людях” не выбивалась за рамки формата радиостанции, но в то же время она отличалась от похожих программ других радиостанций не только интересными историями из жизни разных людей, которые подбирала ведущая, но и женственной, подкупающей манерой подачи материала, что в целом было характерно для радиоведущих “Русского радио”. Вот фрагмент передачи “Людам о людях”:

“...Вот и увеличилось население Индии до одного миллиарда человек. Граждане, пользующиеся национальной телефонной компанией, набирая чей-либо номер, слышат записанное на магнитофон сообщение: “Наше население достигло одного миллиарда. Давайте теперь строить ма-аленькие семьи для процветающей, сильной Индии”. Миллиардным ребенком стала маленькая девочка Аша, чье имя в переводе с хинди означает “вера”... Глава Министерства по делам материнства заявил, что “мы, конечно, приветствуем появление на свет Аши, но мы также задумываемся о том, как обеспечить образование и медицинское обслуживание миллионам других детей. Это вопрос серьезный, и решить его индийское правительство пока не может”. Отсюда и ласковое предупреждение на автоответчике национальной телефонной компании: дескать, добились успехов в области деторождения, пора и притормозить...”¹

Что касается ведущего музыкальной программы, идущей, например, в ночном эфире или “авторской” программы, то для журналиста этого типа важно подавать информацию с помощью таких слов и выражений, которые бы запоминались, но не затрагивали глубинные душевные струны. Главное для ведущих-“информаторов” - быть ненавязчивым, приятным рассказчиком,

¹ Отрывок из программы М. Макеевой «Людам о людях» («Русское радио») от 23.04.2001г.

проявляя не слишком много эмоциональности, но при этом, заставляя аудиторию прислушиваться к своим словам.

Такой способ самовыражения доступен многим ведущим, так как отличительная черта работы в эфире ведущих этого типа заключается, в основном, в подборе нужных слов, выражений, лишь слегка эмоционально “окрашенных”, это отлично подходит для начинающих радиоведущих.

Одна из важных особенностей ведущих-“информаторов” заключается в том, что их довольно легко заменить, если такой ведущий не справляется со своей ролью в эфире или начинает выходить за ее рамки. В этом случае журналист приобретает новые профессиональные и психологические качества, позволяющие ему перейти на другой, более высокий уровень творчества.

Здесь можно привести довольно редкий, но показательный пример: один из самых ярких ведущих “Радио 101” - Кирилл Кальян - начинал свою карьеру на этой же радиостанции в качестве ведущего новостей, то есть ведущего-“информатора”, впоследствии “превратившись” в самого популярного среди слушателей радиостанции ведущего эфира и автора нескольких собственных программ (ведущего-“наставника”). Однако, надо отметить, что это редкое исключение.

Так как общественно-политические российские и московские новости на большинстве радиостанций FM-диапазона выходят, как правило, в начале каждого часа и длятся пять-семь минут, то, переключив приемник на другую волну, слушатель не услышит особой разницы не только в содержании новостей, но и в голосах и интонациях ведущих. Если не знать частоту радиостанции, нельзя с точностью сказать, новости какой радиостанции звучат в эфире.

Возможно, единственным отличием могут быть какие-то дополнительные подробности одной и той же новости.

Например, если сравнить новости на двух информационно-музыкальных радиостанциях, например на “Русском радио” и радио “Европа

плюс”, то в обоих случаях ведущие отличаются брутальными, мужественными голосами, строгими интонациями. Новостные блоки этих двух радиостанций сопровождается похожий музыкальный фон, практически идентична сама структура выпуска новостей: три-четыре политические новости, информация о курсе доллара и прогноз погоды, в конце - имя и фамилия ведущего и название радиостанции.

Вот пример новости на “Русском радио”:

“Владимир Путин наградил большую группу ликвидаторов аварии на Чернобыльской АЭС орденом мужества и медалью за спасение погибавших. Наградной указ объемом тринадцать страниц поступил сегодня в ИТАР-ТАСС...”.¹

Сообщения радиостанции “Европа плюс” похожи и по стилю, и по содержанию на манеру подачи новостей на “Русском радио”, однако в них могут быть добавлены какие-то дополнительные факты. Например, в практически совпадающем и по стилю, и по тексту сообщении о Чернобыльской аварии ведущий радио “Европа плюс” добавил, что “в результате аварии пострадало около 3,5 миллионов человек, а почти 2 тысячи 300 населенных пунктов до сих пор считаются опасными зонами”.²

В этом случае, если на радиостанции происходит замена одного ведущего новостей на другого, это ни в коей мере не отражается на так называемом “слушательском комфорте”, так как чаще всего и голос, и манера поведения у микрофона замененного ведущего не претерпевает существенных изменений. Как уже говорилось, главное здесь - факты и цифры, то есть информация в чистом виде, в простой, доступной и лишь отчасти “авторской” форме подачи. При этом уровень доверия слушателей к ведущему должен быть достаточно высоким.

Слушатели, безусловно, могут заметить, что голос, интонация, а также форма и способ передачи информации ведущего слегка изменились (это

¹ Фрагмент выпуска новостей (ведущий – В.Нерознак) на «Русском радио» от 17.04.2000г.

² Фрагмент выпуска новостей на р/станции «Европа плюс» (ведущий - М. Румынцев) от 17.04.2000г.

естественно, так как любой ведущий привносит в передачу что-то новое), однако, наполнение передачи, ее энергетика, определяемая форматом радиостанции, остаются прежними. Слушателям нет необходимости адаптироваться к новому ведущему, так как в этом случае они изначально настроены, прежде всего, на получение словесной или музыкальной информации.

Иногда ведущий-“информатор” может сделать новостную программу отчасти “авторской”. То есть он сам полностью отвечает за подбор новостей, может “разбавлять” новости собственными ремарками, просто для того, чтобы придать дополнительную эмоциональную окраску передаваемым фактам – для лучшего восприятия их аудиторией. При этом строго соблюдаются все требования современной журналистики, не допускающие, чтобы комментарий заслонял собой факт.

Ведущий может найти свой “фирменный” стиль и интонацию, которая нравится аудитории. В этом случае на первый план выходят собственная энергетика журналиста, выработанный им стиль, манера поведения у микрофона, что и завораживает слушателя.

Такую “авторскую” новостную передачу создал Александр Абрахимов на радио «Максимум». Он первым на “специализированном” коммерческом информационно-музыкальном радио “открыл” такую форму подачи новостей. Слушатель “Студии 15” (служба новостей) радио “Максимум” два раза в час с перерывом в пятнадцать минут может услышать короткие, но отличающиеся высокой информативностью, и в то же время эмоционально окрашенные новости - от политических до новостей шоу-бизнеса (две-три новости в течение одного блока).

Тембр голосов, интонации мужчин-ведущих “Студии 15”, отнюдь не напоминают традиционные, нарочито строгие голоса ведущих новостей на других станциях. Наоборот, тембр голосов ведущих “Студии 15” мягкий и вкрадчивый, а манера общения с аудиторией подразумевает не навязывание ей информации в жесткой традиционной форме, а некий выбор – сейчас

можно послушать политический блок, а через пятнадцать минут – новости шоу-бизнеса (в зависимости от того, что в этот час подготовили для слушателей журналисты), причем информация “подается” в довольно легкой, ненавязчивой форме, с небольшими “авторскими” ремарками, только чтобы немного “окрасить” ее (но это не комментарий!). Сами ведущие, их манера подачи информации играют здесь не меньшую роль, чем непосредственно новости, и это нравится аудитории. Здесь степень личностного вмешательства журналиста в информацию проявляется только в манере ее подачи, интонационных особенностях, ремарках, в самом подборе новостей.

Как уже было сказано, энергичная и ненавязчивая манера подачи информации значительно отличает новости радио “Максимум” от новостных блоков других информационно-музыкальных радиостанций, а динамичность и мощный эмоциональный посыл полностью совпадает с эмоциональным настроением популярного молодежного радио. Вот небольшой пример блока новостей на радио “Максимум”:

- Георгий Цихисели, ведущий новостей: Московские новости. О чрезвычайных происшествиях - страшных сказках нашего большого города. В Москве обнаружен подпольный цех по производству фальсифицированной водки. Поддельная водка производилась путем смешивания жидкости для мытья окон “Фиалка” с водой под видом различных наименований...

- Ди-джей Митрофанова: Ну, а если кто из употребивших (дай им Бог здоровья!) остался все-таки жив, теперь может плюнуть прямо на стекло (смеется) и протереть. Отличный новый способ мыть окна.

- Цихисели: И в душе у них, возможно, расцветут фиалки.¹

Как уже было сказано, ведущие-“информаторы” могут использовать псевдоним, чтобы в полной мере ассоциироваться со своей станцией или энергетикой программы, нести ее “заряд”, создавать настроение,

¹ Фрагмент программы новостей «Студия 15» (р/станция «Максимум») от 13.04.2000г.

определяемое форматом радиостанции. Такой “прием” может быть отличительной чертой радиостанции, где практически все ведущие имеют псевдонимы для того, чтобы соответствовать формату своей станции или программы. В качестве примера здесь можно привести отрывок из “Новостей от Миши Тормоза”, которые выходят в рамках утреннего шоу “Хмурое утро” Александра Гордона на радио «Серебряный дождь»:

- (Голос ведущего с нарочитыми интонациями умственно отсталого):
Новости от Миши... Тормоза... Житель Замбии... решил вылечить ...свою тещу от артрита... Он нашел самого знаменитого знахаря,...тот заявил, что существует...только одно радикальное решение, ...чтобы вылечить болезнь суставов... Послушный замбиец поставил на огонь чан с водой, схватил тещу на руки и под заклинания знахаря...бросил в кипяток. После чего заглянул в чан... и робко заметил, что здесь что-то не так... В ответ знахарь пожал плечами, плюнул и произнес: “Тьфу ты черт, опять ни хрена не получилось!”...¹

Довольно вульгарная форма общения с аудиторией, однако, ведущий выбрал именно такой стиль и полностью соответствует ему.

Главная задача ведущих-“информаторов” - читать новости или объявлять музыкальные композиции, и при этом доносить до слушателей эмоциональный настрой своей радиостанции или программы.

Александр Базаров, Наталья Стаханова, Андрей Разыграев, Ирина Хохлома - фамилии-псевдонимы ведущих радиостанции “Хит-FM” - подчеркивают “жизнерадостность” ее формата. Кроме того, р/станция “Хит-FM”, как уже говорилось в предыдущей главе, строит свою политику на том, чтобы ведущие общались со своими слушателями минимальное количество времени: два-три коротких конферанса, создающих веселое настроение, за весь музыкальный час, в котором популярные шлягеры звучат практически без перерыва, а юмористические джинглы – “визитные карточки”

¹ Фрагмент программы «Новости от Миши Тормоза» (р/станция «Серебряный Дождь») от 01.06.2000г.

радиостанции также призваны создавать настроение слушателям. Например, среди наиболее известных можно назвать следующие: “Когда я ем, я - “Хит-FM”, “Расставим точки над Е - радио мое” и др. Все элементы формата радиостанции призваны создавать непринужденную атмосферу и хорошее настроение у слушателей. Вот пример довольно редкого “появления” ведущих в эфире радиостанции “Хит-FM”:

- Наташа Стаханова (бодрым, жизнерадостным голосом): А вот и Саша Базаров.

- Базаров: У тебя такое лицо, как будто тебя только что разбудили.

- Стаханова: Тебе мой цвет лица не нравится, зеленоватый? У всех моих соседей такой...

- Базаров: А что случилось?

- Стаханова: Это у нас до часу ночи под окнами дорогу делали с помощью отбойных молотков. Поэтому, пользуясь случаем, хочу передать привет всем дорожникам Москвы.

-Базаров: Ура!¹

Исходя из вышесказанного, можно подвести некоторые итоги. Работе у микрофона ведущего-“информатора” присущи следующие особенности: эмоциональное и интонационное соответствие формату радиостанции, способность создавать нужное настроение, умение делать любую информацию интересной для слушателей.

§2 Ведущий-собеседник

- Путь для прирожденных радио-МС и шоуменов.

- Жизнь в эфире – только шоу, ничего личного

! Примеры - Жени Шаден, Ксения Стриж, Александр Гордон, Александр Карлов и другие.

¹ Фрагмент утренней программы на радиостанции «Хит-FM» от 05.06.2000г.

Второй тип ведущих можно условно назвать «ведущий-«собеседник»».

Степень личностного вмешательства ведущего-«собеседника» в сообщаемую им информацию довольно высока: он может делать собственные выводы, комментарии по поводу события, сообщаемого аудитории, однако, при этом ведущий «связан» своим «радиообразом».

Доверие аудитории к ведущему-«собеседнику» ограничено рамками его роли в эфире, а степень самовыражения – определенным эмоциональным настроением его программы на радиостанции. Несмотря на то, что индивидуальность автора здесь очень важна, тем не менее, журналист создает сам или совместно с руководством станции некую неотшлифованную форму передачи, которую уже потом заполняет содержанием и энергетикой.

Ведущий-«собеседник» придумывает отличительные черты как своего «образа», так и программы, наполняет ее текстами, дополняет «эмоциональным гримом» (эмоциональный грим – это некий эмоциональный настрой в подаче информации тем или иным ведущим, которую он сообщает аудитории, что позволяет делать передачу более яркой, запоминающейся). Например, рассказывая о модном ресторане, ведущий может поделиться своими ощущениями от его кухни, конечно, эта оценка не должна выбиваться за рамки «образа», в котором работает журналист, так как в данном случае он действует в границах, определяемых форматом, общей направленностью радиостанции.

Свобода самовыражения автора в данном случае имеет свои, пусть и не слишком обозначенные границы. Эта форма творчества проще и удобней, так как радиоведущего ограничивают некие, не слишком жесткие стилевые рамки. Ведущий-«собеседник» не всегда может отменить те правила, по которым строится его «образ» и программа в целом. Он - создатель своего «образа», который в дальнейшем начинает диктовать ему правила поведения в эфире.

Аудитории нравится артистичность, непринужденность, шарм таких ведущих, остроумные шутки и розыгрыши, но при этом слушатели отдают

себе отчет, что с ними общается не реальный живой человек, а всего лишь “образ”, перед которым стоит задача – не наставлять или поучать слушателя, а развлекать, создавать настроение, даже в том случае, когда он затрагивает серьезные проблемы.

Если журналист перестанет соответствовать созданному им “образу”, “вырастет” из него или просто по тем или иным причинам покинет программу или радиостанцию, а программа имеет высокий рейтинг у слушателей и рекламодателей, которые не желают никаких перемен, тогда этот журналист вполне может быть заменен другим, не менее талантливым. Если новый ведущий, в свою очередь, обладая достаточным артистическим талантом, сумеет вписаться в рамки уже созданного “образа” и программы, то привнесет в передачу свою, индивидуальную энергетику, эмоциональность и яркость. Со временем он также может стать не менее любимым аудиторией.

Безусловно, эмоциональность ведущего-“собеседника”, его степень влияния на слушателя играют важную роль. Однако главными параметрами все-таки остаются тональность, настроение программы, они, как правило, остаются постоянными. Таким образом, в данном случае ведущий не имеет возможности выйти за рамки созданного им же “образа”, эмоционального состояния, что бы не происходило в его реальной жизни вне эфира.

Воздействие ведущего-“собеседника” на слушателя происходит, главным образом, за счет разнообразия различных актерских приемов, ухищрений и, конечно же, оригинальности текстов. Темы, поднимаемые в программе, могут быть разными: более или менее серьезными - главное, чтобы радиожурналист сумел раскрыть суть, привлечь внимание публики, донести информацию под определенным углом зрения, оставаясь в рамках своего “образа”.

Обычно ведущий-“собеседник” воздействует на слушателей своим умением виртуозно выходить из любых ситуаций, возникающих во время передачи (особенно это касается его общения со слушателями в “прямом”

эфире), способностью сделать любую тему своей программы поводом для размышления. Слушатели всегда ждут от него чего-то нового: доброго, искрометного или, напротив, “черного” юмора, розыгрышей, “провокаций”, намеков - это всегда зависит и от тематики, и от тональности, а еще больше от общего эмоционального посыла передачи. Новизна порой возникает за счет тематики программы или за счет особенностей конференса, а это, в свою очередь, зависит, как правило, от того, ведет ли он “авторский” эфир или участвует в чужой программе. При этом интонации, голосовой грим, как правило, никогда не меняются, так как главное - это узнаваемость ведущего-“собеседника”.

Ведущему-“собеседнику” необходимо обладать быстрой реакцией, чтобы вовремя изменить интонацию, подобрать нужное слово для конференса, для придания композиции той или иной эмоциональной окраски.

Одна из отличительных черт такого ведущего - своеобразная игра со слушателями. Манера вести себя у микрофона оставляет ощущение, что ведущий-“собеседник” - яркая, неординарная личность, но при этом всегда несколько скованная рамками “образа”, программы, формата радиостанции. Разговаривая со слушателями в “прямом” эфире, такой радиожурналист, как правило, всегда общается с ними особым способом: провоцирует и просит, чтобы слушатель откровенно поведал о своих тайных интимных фантазиях, иронизирует над тем, что слушатель не может рассказать ничего интересного в «прямом» эфире, веселит слушателя-собеседника, рассказывая ему самый последний анекдот и т.д. Таким образом, аудитория всегда знает, как вести себя с таким ведущим, так как его реакция на ту или иную реплику или замечание вполне предсказуема. Однако именно эти особенности поведения ведущего-“собеседника” и привлекают аудиторию.

В задачу журналиста такого типа не входит раскрывать перед своей аудиторией свое истинное состояние души, глубину взгляда на мир. Он практически всегда играет, стремясь развлекать аудиторию: веселить, создавать мрачное настроение и т.п. Такой журналист выбирает для себя

некую роль, пребывает только в одном эмоциональном состоянии. Ведущий-“собеседник” может быть веселым, добродушным балагуром или саркастичным, злобным, недовольным жизнью занудой, создать эротичный волнующий или, напротив, унисексуальный «образ». В его репликах в эфире, как правило, не чередуются “полярные” эмоции, например, добродушие и сарказм, как это возможно в случае с ведущим-“наставником”. Эмоциональный заряд программы все время направлен только в одну сторону.

Однако, надо отметить, что иногда со временем слушатели могут перестать воспринимать ведущего-“собеседника” только как “образ”, и начинают воспринимать его слова и доверять им, не обращая внимания на то, что журналист выступает лишь в рамках своего “образа”, не раскрывая перед слушателями свои истинные представления о мире. В этом случае, программа может несколько расширить свои рамки и ведущему-“собеседнику” начинают верить по-настоящему.

Так произошло, например, с “Эротическим шоу Жени Шаден” на радиостанции “Европа плюс”. С самого начала работы радиостанции «образ» Жени Шаден вызывал массу разговоров, был предметом любопытства. Слушателям ночного шоу хотелось узнать - кто это: мужчина или женщина, но единственное, что им оставалось, это общаться с ведущей по «прямому» телефону. Сама Жени никогда, даже в интервью не раскрывала свою тайну, но этот «образ», по ее словам, отнюдь не создавался намеренно сексуальным, причем после первого прослушивания ее голос руководству не понравился, так как не выражал половую принадлежность ведущей. В одном из интервью Шаден призналась, что “первый год все ведущие работали и утром, и днем, и вечером. В конце концов, каждый выбрал себе время, которое максимально ему подходит... Сначала моей темой была любовь, а с каждым годом появлялось что-то новое”¹.

¹ Кто такая Жени Шаден? - Экстра М №19 (206), 18 мая, 1996. С.25

Ночное эротическое шоу Жени Шаден далеко не всегда было посвящено сексу. В нем часто рассматривались и просто психологические проблемы, возникающие между людьми разных полов. Слушатели воспринимали Жени как своего адвоката, женщины часто звонили и говорили: “Молодец, Женечка, ты за нас горой”. По словам Шаден, она не устала в течение многих лет от привычного поведения, от своего “образа”, так как именно он помогал ей постоянно оттачивать “фирменный” стиль ведения программы: часто провокационными вопросами или не менее провокационными ответами ставить в тупик слушателей, чаще всего, не слишком корректных и доброжелательных мужчин. По ее словам, “...мужчины часто звонили, чтобы поставить меня в неловкую ситуацию. Пока это никому из них не удавалось, и это их злит”.¹

Как уже было сказано, со временем (шоу существовало на радиостанции с самого начала ее вещания) Жени Шаден стала поднимать не только проблемы сексуальной направленности, но и психологические, например, одно из ее шоу было посвящено комплексу вины.

Вот небольшой фрагмент передачи на эту тему, взятый нами, дабы проиллюстрировать стиль программы и манеру общения ведущей с аудиторией:

- Шаден: “...Самое страшное - это комплекс вины. Этим комплексом могут страдать все, независимо от возраста и половой принадлежности. Он стоит в одном ряду с самыми тяжелыми комплексами - например, комплексом неполноценности, который, правда, иногда подстегивает нас стремиться к самосовершенствованию. Комплекс вины культивируется нашими близкими и родными, с его помощью очень легко управлять любым из нас. Наши мужчины культивируют его в своих любимых, например: “Вот я работаю, а ты дома сидишь”...²

Еще одна цитата:

¹ Там же. С.25

² Фрагмент «Эротического шоу Жени Шаден» (радиостанция «Европа плюс») от 21.06.2000г.

- Шаден (игриво): Вот еще один вопрос, адресованный мне: “Жени, мой любимый мужчина постоянно меня в чем-то упрекает. Что мне делать?”... (ведущая полушутя-полусерьезно): Да что тут делать? Бросать его надо, зачем вам такой подарок нужен?”...¹

За многие годы существования станции и программы Жени Шаден слушатели настолько привыкли к ее неординарной, «провоцирующей» манере работы в эфире, что начинали разговаривать с ней не как с ведущей развлекательного шоу, а как с интересным, умным собеседником – человеком из реальной жизни.

Аудитория ночного “Эротического шоу Жени Шаден” доверяла ее мнению, спрашивала совета по выходу из трудных жизненных ситуаций - таким образом, верила ведущему-“собеседнику”, возможно, даже более, чем профессиональным психологам и сексологам, которые параллельно в это же время вели серьезные программы на других популярных радиостанциях.

При этом важно отметить, что искусственно Шаден себя никому не навязывала, просто со временем ее работы в эфире создался некий ореол таинственности, который помогал ведущему-“собеседнику” не только развлекать аудиторию, но и давать реальные советы по выходу из трудных ситуаций. Можно сказать, что этот случай - редкое сочетание первого и второго типа ведущих, смыкание ведущего-“наставника” с ведущим-“собеседником”. С одной стороны, присутствие характерной для образа театральности, некоторой наигранности в манере вести передачу, призванной развлекать и создавать настроение, с другой - довольно высокая степень доверия ведущего и его аудитории друг к другу.

Жени Шаден не только беседовала со своими слушателями об интимном, но еще и создавала тембром голоса, интонациями раскрепощенную, располагающую к откровениям атмосферу. Этому способствовало и время выхода передачи - с полуночи до трех часов ночи, и

¹ Там же

большое количество приятной, спокойной музыки, которую Шаден ставила в эфир.

Со временем ведущий-“собеседник” при наличии определенных психологических качеств, а также приобретенных профессиональных навыков может трансформироваться в нечто среднее между “собеседником” и “наставником”. Однако в практике отечественного эфира это скорее исключение, чем правило.

Как уже было отмечено, предсказуемость, узнаваемость – важнейшая черта ведущего-“собеседника”. Он редко интересуется слушателей как личность. Они не посягают на его внутренний мир, мировоззрение, систему ценностей. Слушатели ждут от такого журналиста лишь умения образно, захватывающе говорить как о пустяках, так и (при необходимости!) об очень серьезных вещах, создавать настроение при помощи комплекса звуковых выразительных средств радио, которые лучше всего подчеркнут тот “образ”, который ведущий создал в своей радиопрограмме.

Такой тип ведущего часто становится для слушателей своеобразным массовиком-затейником, шутком, “рыжим” или “белым” клоуном. Ведущему-“собеседнику” подчас очень трудно преодолеть созданный им же стереотип поведения и общения с аудиторией и вне эфирной деятельности, так как аудитория со временем начинает ассоциировать реального живого человека с его “образом” на радио.

Попытки самого радиоведущего сломать этот стереотип не всегда адекватно воспринимаются публикой, так как слушатели весьма консервативны и хотят слышать именно то, к чему они привыкли и часто, чтобы не потерять популярность, журналисту приходится подчиняться волеизъявлению своей аудитории.

Например, Николай Фоменко, которого все привыкли воспринимать по тому образу, который он создавал в своих программах на "Русском радио", а так же зачастую низкопробным шуткам, рекламным роликам, “оформленным” голосом Фоменко ("Новый вид услуг - пицца в автомобиль -

с размаху в лобовое стекло - рекламная служба "Русского радио", "Эротика – это искусство, порнография – это жизнь – рекламная служба "Русского радио"), ставших отличительной чертой этой радиостанции.

Н. Фоменко долгое время приходилось поддерживать созданный им же имидж - будь то телепередача или газетное интервью. Аудитория радио довольно быстро забыла, что Фоменко дебютировал в журналистике, уже будучи популярным музыкантом бит-квартета "Секрет", автором многих популярных песен, а также актером, которому отлично удавались не только смешные, но и серьезные драматические роли в кино и театре. Только по прошествии времени он стал преодолевать сложившийся стереотип, делая совсем иные передачи на телевидении, давая интервью, по которым публика наконец-то увидела истинное лицо Николая Фоменко: лицо грустного, мудрого человека, всерьез относящегося к жизни, нравственным ценностям.

Журналист-“собеседник” может быть немного актером или даже иметь актерское образование, как Ксения Стриж, Николай Фоменко или Александр Гордон, так как они играют определенный “образ”. Чаще всего, этот “образ”, а, следовательно, и ведущий, который его создает, воспринимается только в контексте данной радиостанции или данной программы. Однако радиожурналист, перейдя на другую станцию, может поменять специализацию и стать автором совершенно другой передачи, причем делать это столь же хорошо и иметь даже *большой* успех в новом амплуа у новой аудитории.

Например, так произошло с известной радиоведущей Ксенией Стриж, сменившей радиостанцию “Европа плюс” на радио “Классика”. На радио “Европа плюс” она играла роль бойкой, острой на язык, самой популярной в FM-диапазоне девушки-ведущей эфира, находчивой и веселой, от которой всегда ждали особенных, оригинальных, остроумных реплик. Покинув радио “Европа плюс” и начав работать на радио “Классика” сначала в качестве ведущей эфира, а потом автора собственного ток-шоу “Стриж-тайм”, она сменила стиль поведения у микрофона, став гораздо более естественной и

менее агрессивной. То есть плавно перешла в категорию журналистов, которых мы называем - в соответствии с предлагаемой нами классификацией - «ведущий - “наставник”»: Сама Стриж об этом рассказала в одном из интервью: “Все ждали, что я сразу выдам что-нибудь этакое”.¹

И далее Стриж продолжает: “И вдруг пошли такие нормальные, спокойные эфиры. И тогда началось: “Ну, перешла на другую станцию, ну и что? В последний год на “Европе плюс” была такая фишечка типа: “Ксения выдохлась и постарела. А нам нужны молодые””².

На радио “Классика” К. Стриж стала вести передачу “Стриж-Тайм” - шоу, где необходимо было общаться с аудиторией, а не просто делать остроумные и занимательные конференсы к музыкальным композициям. Нужно было вести душевные разговоры с теми, кто звонил на станцию во время эфира, иногда реагировать на довольно странных собеседников. Вот что говорит об этом сама ведущая: “Шоу идет в прямом эфире, должно быть острым. Вижу, лампочка загорелась и говорю: “Вы в эфире”. Люди рассказывают какие-то совершенно невероятные истории и при этом нормально связывают слова. И их никто виртуозно не отбрасывает.... У нас в стране почему-то от западного радио привилось далеко не лучшее. Мы как-то не заметили, что на радио можно не только музыку с утра до вечера крутить, но и общаться. Неужели ди-джеи думают, что на радио могут звонить только умственно отсталые? Если человеку все время говорят: “Ты - дебил”, он в него и превращается”³.

Ведущий-"собеседник" несколько «скован» рамками как своего “образа» и программы в целом, так и рамками формата радиостанции. Такие

¹ Под этим определением Стриж, вероятно, имела ввиду нечто, как минимум, экстравагантное, а может быть и вульгарное, и, уж во всяком случае, эпатазирующее аудиторию.

² Н. Килессо. Ксения Стриж: “В нашей стране радио – гиблое дело”. – МК №48, 1999, 16 марта. С.4

³ Н. Килессо. Ксения Стриж: “В нашей стране радио – гиблое дело”. – МК №48, 1999, 16 марта. С.4

журналисты - олицетворение эмоционального “заряда” радиостанции, самые яркие ее персонажи. Если ведущий-“собеседник” уходит со станции, то слушателям, как правило, запоминается их образ вкупе с программой, в рамках которой работал такой журналист. О нем вспоминают вместе с названием радиостанции, то есть при упоминании фамилии такого ведущего, в памяти сразу возникает название радиоканала. Например, несколько лет подряд имя ди-джея Ксении Стриж прочно ассоциировалось с “Европой плюс”, так же как и Николая Фоменко - с “Русским Радио”, Маргариты Митрофановой - с радио “Максимум” и т.д.

Переходя работать на другую станцию, этот ведущий рисковал потерять большую долю своей популярности, так как за ним в сознании слушателя закрепился определенный “образ” и принадлежащие именно ему слова, шутки, выражения. Этот “образ” связан в восприятии слушателя с той станцией, на которой он работал раньше.

Если эти ведущие уходят со станции или в силу разных причин начинают выходить за рамки “образа”, то рискуют потерять своих слушателей. Особенно это касается ведущих отдельных сегментов эфира, а также авторских программ определенной тематики, которые должны выходить в эфир в соответствии с форматом радиостанции. К таковым относятся программа по заявкам, спорт, музыкальные новости, мода, новинки грамзаписи и др. Тема, тексты передач в данном случае важнее, нежели сам автор.

Например, программа по заявкам на “Русском радио”. Программы по заявкам с разными названиями есть на любой информационно-музыкальной радиостанции, поэтому в задачу ведущего на “Русском радио” входит сделать ее захватывающей, веселой, доброжелательной, особенно это актуально для ночного времени – нужно поддерживать слушателей в тонусе, чтобы те не заснули, говорить добрые слова, создавать приятную атмосферу (главный джингл “Русского радио”: “Русское радио - все будет хорошо”, который слушатели слышат в течение всего дня в разных тональностях, видах и

темпах: от вальса до марша). Вот фрагмент конференса, призванного создавать бодрое настроение, в ночном эфире на “Русском радио”:

- ...Ведущий программы Александр Карлов: ...У меня сильный и надежный друг – микшерский пульт. Именно он, дружище, помогает мне поддерживать ваше настроение песней разудалой. Группа “Леприконсы”, песенка “Хали-гали, пара-трупер”. 1 час ночи и 7 минут на “Русском радио”...¹

Следовательно, требования к ведущему-“собеседнику” на такого типа и формата радиостанции заключаются, прежде всего, в том, чтобы он создавал непринужденную, доброжелательную, но не навязчивую обстановку, доносил до слушателей только положительные эмоции. Ведущему нужно быть интересным, веселым, приветливым и остроумным. Так как эмоциональный настрой радиоканала уже “заложен” в ее программной политике, то задача ведущего эфира - придумать свой собственный “образ”, но обязательно в рамках уже существующей эмоциональной атмосферы радиоканала. Вот пример из программы ведущего-“собеседника” Александра Карлова на “Русском радио”:

- Слушатель: У нас тут в армии парень женится, хотелось бы его поздравить с этим событием.

- Карлов: Его командование отпускает?

- Слушатель: Как же в этом случае не отпустить?

- Карлов: Три дня, небось, дали?

- Слушатель: Нет, две недели

- Карлов (присвистывая): Ну-у-у, за эти две недели можно несколько раз жениться. Завидуете?

- Слушатель: Не-ет, чего завидовать. Это ж навсегда.

- Карлов: Да уж, так обычно женщина думает...(ехидно, но по доброму). А вы, небось, только годам к шестидесяти планируете?...²

¹ Фрагмент ночной передачи А. Карлова («Русское радио») от 02.06.2001г

² Фрагмент ночной передачи А. Карлова («Русское радио») от 02.06.2001г

Несмотря на то, что А. Карлов – профессионал и любим аудиторией «Русского радио», при необходимости программу по заявкам мог бы вести и другой, не менее популярный ведущий “Русского радио”, так как на этой станции доминируют не отдельные, пусть и весьма яркие ведущие, а стиль и формат радиостанции в целом, который был придуман руководством, а радиоведущие должны соответствовать этому стилю.

Исключение составляет только Николай Фоменко, так как программа строится именно на его яркой индивидуальности и актерском мастерстве, которые нельзя заменить. Звуковой облик и манера общения Н. Фоменко с аудиторией – “визитная карточка” “Русского радио”.

Надо отметить, что при всей своей яркости, личные вкусы ведущего-“собеседника” интересуют аудиторию только в рамках его профессиональной деятельности.

От журналиста-“собеседника” не ждут никаких откровений, личных переживаний в связи с темой передачи, к которым можно было бы прибегнуть в реальной жизненной ситуации. От него больше всего ждут выразительных реплик, образных текстов, органичного включения в эмоциональные рамки радиостанции, умения быстро реагировать и выходить из сложных или щекотливых ситуаций в эфире. От ведущего-“собеседника” всегда ожидают чего-то нового, но звучащего с одной и той же “фирменной” интонацией. Эта интонация, манера вести эфир подчас настолько запоминаемы, что такому ведущему уже не нужно называть свое имя - его голос большинству слушателей говорит сам за себя.

Чаще всего этим качеством обладают достаточно молодые, как говорят, “раскрепощенные” ведущие, которые умеют эффектно преподнести себя слушателю, так как внешняя речевая атрибутика в данном случае важнее содержания, эмоциональной наполненности программы. Слушателю не нужно думать над произносимыми в эфир словами - можно просто “дегустировать” манеру общения с публикой ведущего-“собеседника”,

получая при этом еще и интересную информацию. Пример тому - популярная “Экспресс-камера” - программа, которая также хорошо знакома телезрителям. На волнах “Русского радио” выходит ее радиоверсия, ее веселые и жизнерадостные ведущие - Павел Паньков и Александр Тихомиров – демонстративно любят пошутить вообще и над слушателями в частности. Вот пример программы “Экспресс-камера”:

- Тихомиров (бодро): ... Если ты - убежденный холостяк и жутко боишься за свою независимость, нужно знать главное правило холостяка, иначе какая-нибудь красotka тебя обязательно захомутает.... Если только вам начинает очень сильно нравиться какая-нибудь особа неземной красоты, тут же вспомните главное правило всех холостяков...

- Паньков (саркастично): ...Лучше каждый вечер молоко из пакета, чем каждое утро корова на кухне...¹

Конечно, это грубоватая шутка, граничащая с нормами приличия, но в защиту радиоведущих надо сказать, что она соответствует тому “речевому этикету” и той манере словесного общения, которой в быту пользуется большинство слушателей. С точки зрения культурных традиций русского языка этот стиль общения не назовешь высоким, он отдает, скажем прямо, определенной вульгарностью. Но здесь неизбежно возникает дилемма, перед которой оказываются радиожурналисты во всех сферах современного радиоэфира – радиоэфира конца XX века.

Стать ведущим-“собеседником” можно с помощью довольно большой практики, а также врожденных или приобретенных актерских способностей.

Журналист-“собеседник” иногда позволяет себе нарочито неуважительное отношение к слушателю, как, например, в случае с ведущим радио “Серебряный Дождь” Александром Гордоном. Как свидетельствует почта (хотя это не самый убедительный аргумент), слушатели не сильно обижаются на весьма раскованную манеру поведения и “речевой этикет” А.

¹ Фрагмент передачи «Экспресс-камера» П. Панькова и В. Тихомирова («Русское радио») от 17.10.2000 г.

Гордона. Но, впрочем, тут уже вопрос личной слушательской культуры и воспитания.

Передача “Хмурое утро” А. Гордона - трехчасовое ток-шоу между ведущим и его слушателями в “прямом” эфире, почти без музыки, прерывающееся новостями и рекламными роликами. Журналист называет себя “утренним шутком”, но, возможно, своим способом общения он пытается заставить своих слушателей взглянуть на свою обыденную жизнь как-то иначе, возможно, заставить кого-то задуматься над тем, что хорошо и что плохо и не стоит ли приступить к переоценке ценностей. Вот довольно яркий пример работы Гордона в утреннем шоу “Хмурое утро”, которое делает он со своей командой:

- Слушательница (возбужденно): ...Ваш голос, этот Ваш “бубнеж” на протяжении не такого уж хмурого утра продолжается уже больше двух часов, понимаете? У меня лично уже не только настроение портится, но и здоровье тоже. Понимаете?

- Гордон (бесстрастным тоном): Скажите, пожалуйста, Вы мазохистка? Я вот почему задаю этот вопрос: если Вам так плохо, почему вы не выключите радио-то? Вот я всегда так поступаю. Когда я смотрю какую-нибудь дрянь по телевизору, и мне становится нехорошо, я сразу его выключаю...¹

Вышеобозначенные “речевой этикет” и манера общения находятся на грани приличия. Такие ведущие позволяют себе держать слушателя на расстоянии, откровенно заявляя о своем неуважении к нему. Такое некорректное, подчас бесцеремонное поведение А. Гордона в эфире соответствует стилю общения с аудиторией, который сознательно избрала радиостанция “Серебряный дождь”, но это пример уже скорее из области современных представлений об этике на рубеже XX-XXI веков, чем из сферы профессионального журналистского общения.

¹ Фрагмент передачи «Хмурое утро» А. Гордона (радио «Серебряный Дождь») от 01.06.2000г.

Как уже говорилось, этот тип ведущих не слишком интересуется аудиторию как личность, никому не важны его личные проблемы, но бывает, что такой ведущий перерастает рамки своего эфирного «образа», тогда (чаще всего) к нему теряется интерес. Так случилось со ставшим быстро популярным Отаром Кушанашвили (радио «Европа плюс») или суперпопулярным американским радиоведущим Ховардом Стерном, избравших в качестве своего основного способа общения с аудиторией метод демонстративного «хамства». Такие ведущие интересны аудитории, пока они «выворачивают» свою интимную жизнь и жизнь приглашенных в студию звезд наизнанку, шокируют высказываниями «ниже пояса». Они нужны слушателям, пока поддерживают свой «образ», пока слушателям хочется гадать: правда ли это ведущий такой на самом деле или притворяется.

Подробности чужой личной жизни - настоящие или вымышленные, конечно, всегда будут пользоваться успехом у аудитории, однако ведущим каждый раз нужно находить или придумывать что-то новое и шокирующее. Если же такие журналисты перестают везде и всюду эксплуатировать свой «образ», созданный ими же ореол скандальности, то перестают интересовать радиослушателей.

Необходимо подчеркнуть также, что ведущему-«собеседнику» очень важно обладать хорошим, действительно тонким чувством юмора, которое проявляется в их речи, прежде всего, по отношению к собственной персоне. Например, пытаясь заставить слушателя ответить на какой-либо сложный, каверзный вопрос, журналист может, не стесняясь, заявить: «Вот я вас тут мучаю, но Вы же сами понимаете, что если бы у меня под рукой не было заранее подготовленной бумажки, сам бы я ни за что не ответил на этот вопрос правильно. Ведь всем известно, что в школе-то я был круглым двоечником, поэтому и стал радиоведущим»¹.

¹Фрагмент вечерней программы на радиостанции «Ракурс» от 15.05.1997г.

Для журналиста-“собеседника” важно уметь включать в “игру” своих слушателей, чтобы те захотели воспринимать все, что ведущий делает и говорит в эфире с нарастающим интересом из программы в программу.

§ 3 Ведущий-наставник

- *Хочешь стать гуру эфира – придется усиленно работать... над собой.*
- *Завоюй доверие, не играя на публику.*
- *Самый трудный, но самый стоящий путь*
- *Четыре НЕ «наставника»*

!Примеры - Тутта Ларсен, Александр Ф. Скляр, Артемий Троицкий, Кирилл Кальян и другие.

Третий тип радиоведущих мы можем условно назвать ведущим-“наставником”.

Работа в эфире ведущих-“наставников” характеризуется максимальным личностным вмешательством журналиста в сообщаемую им аудитории информацию. Журналист “пропускает” информацию сквозь призму собственного мировоззрения, анализирует ее, сопоставляет с другими жизненными коллизиями и делает определенные выводы, которыми делится со слушателями. Он открыто выражает свои мысли и эмоции, причем делает это от собственного лица, не отгораживаясь от аудитории придуманным им же “образом”, как это происходит в случае с ведущим-“собеседником”. Слушатели подчас доверяют такому ведущему как своему близкому другу, задумываются над его комментариями. Способность найти отклик в сердцах слушателей может прийти к ведущему с годами посредством накопленного жизненного, духовного опыта, осознания своей роли, своего места в этом мире.

Однако умение эмоционально захватить аудиторию может быть и врожденным. Для этого нужно быть честным и откровенным, делаясь своими мыслями и эмоциями со слушателями, а также иметь утвердившуюся жизненную позицию, желание и способность поделиться своей болью, радостью или просто впечатлениями от той или иной жизненной реалии. Как правило, ведущие-“наставники” создают в эфире некую новую форму передачи материала, в том числе и в эмоциональном. То есть они могли учиться у других радиоведущих способам и методам работы в эфире, манере общаться с аудиторией, но не для того, чтобы скопировать опыт предшественников, а чтобы на их "базе" создать нечто свое, особенное.

Рамки, форма программы, а также наполнение ее и словами, и эмоциями - полностью прерогатива ведущего-"наставника". Например, такой ведущий сам выбирает темы своих передач (сегодня это может быть беседа с приглашенными гостями о творчестве и трагической гибели М. И. Цветаевой, а завтра – разговор об “антипартийной группе Молотова, Маленкова, Кагановича” и снятии с поста министра иностранных дел В.М. Молотова), в соответствии с темами программ журналист подбирает музыкальное сопровождение (Д.Д. Шостакович или Марк Нопфлер), сам приглашает гостей в студию, с которыми обсуждает ту или иную проблему, сам решает - быть красноречивым или сдержанным, веселым или грустным, мягким или саркастичным. Все это зависит от того, какой вопрос он поднимает в данный момент, какое у него настроение. В эфире он не лукавит, не играет какую-то роль, он живой человек, и ему доверяет аудитория.

Ведущий-“наставник” также может иметь последователей. Однако стать таким способен не каждый ведущий. Иногда для этого нужно пройти довольно долгий и непростой жизненный путь, много повидать и испытать.

Порой журналисты-“наставники” меняют много разных профессий, прежде чем стать радиоведущими. Чтобы сформировать собственную жизненную позицию, надо быть любознательным, иногда сменить место жительства и язык. Часто эти перемены способствуют тому, чтобы стать

кумиром многих поколений слушателей и примером для подражания для других радиоведущих, как в случае с Севой Новгородцевым, о работе которого было подробно рассказано в предыдущей главе.

Аудитория хорошо знакома с "авторским" способом построения программы ведущих-"наставников", их "коронными" приемами, узнает музыкальную подложку, джингл передачи, манеру ведущего здороваться и прощаться, отлично ориентируется в музыкальном материале, который предлагает ей радиожурналист. Ведущий-"наставник" является своеобразным магнитом (особенно для молодежи, которая слушает их в том числе из-за тембра голоса, интонации, манеры выражать свои мысли, ради сексуальных или асексуальных интонаций и т.д., - но главное, ради честного и искреннего общения, которое предлагает журналист).

Если такие ведущие "запускают" новую программу, то аудитория заранее предвкушает это событие, но не столько из-за темы, сколько из-за того, что нового расскажет о себе и мире этот ведущий.

Аудиторию, прежде всего, интересует, какой гранью своей натуры радиоведущий повернется к ним на этот раз. Слушатели ищут в журналисте-"наставнике" поддержку: этот радиожурналист своим мировоззрением, отношением к окружающему миру формирует систему ценностей, слушатели верят в слова журналиста, в их "заряд", поэтому считаются с мнением по той или иной проблеме, часто просто звонят, чтобы поделиться своими мыслями и услышать дельный совет во время или после передачи.

Как уже было сказано, слушатель ждет от программы радиоведущих-"наставников" не столько красивых слов, сколько эмоционального заряда, личных переживаний, отношения к тому или иному факту действительности. Например, радиоведущий Олег Чилап (радиостанция «Ракурс»), которого вполне можно было бы отнести к категории журналист-"наставник", беседовал с приглашенными в студию гостями на разные темы, причем абсолютно откровенно, как если бы он обсуждал это со своим хорошим приятелем у себя дома за чашкой чая. Общаясь в «прямом» эфире с

известным писателем - автором книги, разоблачающим злодеяния Сталина, ведущий читал письма слушателей, которые являлись как бы третьей присутствующей стороной разговора, которых также волновала эта тема. Чилап делал даже острый разговор мягким и приятным для уха слушателей, энергетика его программы была не агрессивной, а, напротив, обволакивающей, заинтересовывающей аудиторию. Все это вкуче настраивало на нужный лад, заставляло задуматься над поднимаемой серьезной темой, вызывало желание принять участие в дискуссии, если не на вербальном уровне, то хотя бы на уровне сопереживания.

В передаче не было излишних эмоций, однако была доверительность в разговоре с собеседником, истинное желание поделиться своими мыслями с аудиторией, узнать их отношение к поднимаемой проблеме. Автор программы искренне стремился показать озабоченность поднимаемой проблемой, свое внимание к тому, что думает обо всем этом аудитория, при этом, совершенно не прибегая к музыке и звуковым спецэффектам, которые могли бы еще больше привлечь внимание слушателей к теме разговора.

Если же ведущий-«наставник» вел музыкальную передачу, где музыка - главная составляющая, тогда, естественно, что журналист использовал музыкальную «подложку», «разбавлял» композиции остроумными, изящными комментариями, иногда ироничными, иногда восторженными. Как правило, в таких программах всегда звучало много аллегорий, метафор, эпитетов, ассоциаций.

Например, в программе, посвященной последнему альбому известного гитариста Карлоса Сантаны “Supernatural”, ведущий-«наставник» сравнил музыканта с “жемчужиной в раковине среди множества пустых ракушек”, но при этом не забыл с некоторой долей иронии вспомнить, что «...когда Сантана приезжал в Москву, и мне его кто-то случайно показал, то он произвел на меня удручающее впечатление: сидит в углу какой-то невзрачный человек с внешностью таджикского кинематографиста. Вот тут-то я и подумал: “Да, когда-то ты играл на гитаре на незабвенном Вудстоке, а

теперь сидишь в уголке здесь, в первопрестольной”. Но когда я услышал его новый альбом, мне опять захотелось громко закричать “кукареку”, подобно тому петуху, который нашел ячменное зерно в куче песка”¹.

Ведущий легко перескакивал с одной темы на другую, “переплетая” рассказ о том или ином музыканте с интересными случаями из собственной жизни – он всегда безошибочно попадал в тему. И все это он делал легко и непринужденно, дополняя свои реплики цитатами из “великих”. Как бы случайно, продолжая разговор о биографии К. Сантаны, он вспомнил цитату из старой песни Бориса Гребенщикова “Два тракториста”, когда речь шла о вкладе Сантаны в world music (музыка, в которой смешались фолклорные, этнические мотивы разных народов мира):

“Далеко желтеет туманная нива,
Коровы спускаются с гор,
И два тракториста, напившихся пива,
Идут отдыхать на бугор.
Один Жан-Поль Сартра лелеет в кармане
И этим сознанием горд,
Другой же играет весь день на баяне
Сантану и Weather Report.”

Еще один наглядный пример - фрагмент передачи “Соки-Воды” Кирилла Кальяна (“Радио 101”) от 17 апреля 2000 года об альбоме “Три источника” группы “Крематорий”. Кальян беседовал с лидером коллектива Арменом Григоряном. Тон передачи, как и свойственно Кальяну - добрый, веселый, благодушный, а энергетика, атмосфера передачи напоминала дружескую неторопливую беседу со старым приятелем:

- Кальян: ... Спасибо, что пришел, с тобой очень интересно общаться и слушать тот материал, который ты с такой любовью представляешь. Из тебя мог бы получиться не только хороший музыкант, но и хороший ведущий музыкальных программ.

¹ Цитата из программы С.Зайцева о гитаристе К.Сантане и его альбоме «Supernatural» от 08.04.2000 г.

- Григорян (ехидно): Я тебя под-си-жу...

- Кальян: Ну, это вряд ли, потому что здесь “броня крепка и танки наши быстры”. Кирилл Кальян, Армен Григорян... Мы слушаем последнюю пластинку “Крематория” “Три источника”...

Ведущие-«наставники» могут позволить себе быть разными, оставаясь при этом самими собой. Такой радиоведущий может вести разные программы на нескольких радиостанциях, тон, настроение ведущего в рамках одной программы может резко меняться и даже не слишком соответствовать общей эмоциональной направленности радиостанции, но при этом их отношение к людям (например, своим собеседникам, гостям передачи) и к жизни в целом, жизненную позицию, мироощущение, эмоциональный настрой принимают и слушатели, и, конечно, руководство радиостанций, на которых выходит в эфир программа.

Например, вышеупомянутый ведущий “Радио101” Кирилл Кальян в программе “Хит-парад от...”, в которой его гостями были популярные музыканты и составляли собственный хит-парад своих любимых отечественных исполнителей, создавал в студии веселую непринужденную атмосферу, заражая ей и своих гостей, и радиослушателей. Однако, иногда он мог резко изменить и настроение, и общий настрой передачи, если речь вдруг заходила о серьезных вещах. Вот пример того, как журналист-“наставник” может менять настроение программы в зависимости от темы, невзирая на то, что слушатели, тем не менее, привыкают к определенному типу поведения ведущего (в частности, Кальяна постоянные слушатели привыкли воспринимать остроумным, жизнерадостным, беззаботным):

- Евгений Гурин, лидер группы “Корсар”: Я вам сейчас расскажу один случай. Это было в Нижнем Новгороде в начале девяностых годов в Кремлевском концертном зале. Выступала группа со скромным названием “Пикник” - все слушали ее стоя. Было видно, как слушатели любят этот коллектив, уважают его за ту хорошую, честную, талантливую музыку,

которую они играют. Я тоже снимаю шляпу перед этим коллективом. Правда, в последнее время они очень редко выступают...

Здесь настроение ведущего резко изменилось:

- Кальян (немного взволнованно и абсолютно серьезно): Может, это неинтересно им самим.... Если много лет доказываешь, что ты не баран и играешь серьезную музыку, которую понимают умные люди, воспитанные на хороших традициях.... Вообще-то, это парадокс нашей страны: все любят легкую музыку. Почему-то в любой нормальной стране, где человек получает достойную зарплату и достойно живет, он ходит на концерты Rolling Stones, чтобы хотя бы посмотреть, как люди хулиганят на сцене. У нас же хулиганства и идиотизма хватает в жизни, поэтому всем хочется отвлечься и ни о чем не думать. А “Пикник” заставляет думать, заставляет мечтать....¹

Из приведенной выше цитаты, а также по взволнованной интонации ведущего, можно сделать вывод, что Кирилл Кальян по-настоящему переживал за судьбу некоммерческой российской музыки, его задевал тот факт, что многие привыкли к концертам под фонограмму и предпочитали просто бездумно развлекаться, а не размышлять над хорошими, умными текстами и слушать качественную музыку.

По-видимому, это проблема снижения общего уровня культуры. Известно, что многие весьма профессиональные музыкальные коллективы, которые еще в начале девяностых годов были на вершине популярности, в начале двухтысячных годов все реже и реже могли “пробиться” к своей аудитории, так как играли некоммерческую музыку. Эту проблему и выносил Кальян на суд своих слушателей, стремясь, чтобы те задумались над ней, старался добиться от аудитории сопереживания, сопричастия. И это ему удалось – слушатели выражали свое одобрение позиции ведущего, звонили в эфир и высказывали свои мысли по поводу данной проблемы, искренне

¹ Фрагмент передачи К. Кальяна «Хит-парад от...» («Радио 101») от 21.04.2000г.

восхищались творчеством группы “Пикник”, спрашивали расписание их концертов.

Доверие к ведущему и его жизненным принципам возникает не за счет тех слов, которые он произносит, а за счет внутренней силы, обаяния и открытой, честной жизненной позиции журналиста-“наставника”, которую он подтверждает из передачи в передачу, а также на публичных мероприятиях, особенно если этот ведущий еще и музыкант.

Например, лидер группы “Ва-Банкъ” Александр Ф. Скляр, который несколько лет подряд вел на радио “Максимум” достаточно противоречивую передачу “Учитесь плавать”. С одной стороны, в ней были представлены самые прогрессивные направления современной западной и отечественной рок-музыки, довольно агрессивной, в текстах песен отражались депрессивные настроения музыкантов, подчас звучали призывы к насилию. С другой стороны, в своих программах А.Ф. Скляр всегда выступал за честное отношение к своей музыке (против коммерциализации творчества), а также за воспитание подрастающего поколения в духе нетерпимости к наркотикам и алкоголю.

В одном из телешоу “Акулы пера” от 23 декабря 1996 года Скляр заявил следующее: “Я сам далеко не ангел и многое испытал в жизни, но если я со сцены буду призывать своих поклонников пить водку и курить “траву” или же буду равнодушно наблюдать над тем, как они это делают, то стану последней сволочью и подлецом”. При большом количестве музыки, программа “Учитесь плавать” строилась исключительно на личности ведущего, который, будучи профессиональным дипломатом, обладал колоссальным природным обаянием и способностью захватить внимание аудитории.

Эти качества личности дали ему возможность оказывать огромное влияние на свою аудиторию, особенно молодых людей. Скляр прекрасно владел русским языком, его манера общаться с аудиторией отличалась некоторой “плакатностью”, он очень эрудированный человек, блестяще и

аргументированно умеющий отстаивать свою точку зрения. Все это привлекало к нему множество молодых поклонников 13-19 лет, которые постоянно посещали концерты “Ва-Банка”. Они полностью доверяли не только музыкальному вкусу своего кумира, но и безоговорочно принимали его жизненную позицию, бескомпромиссность взглядов. Стоит только отметить немалое число молодежи на его сольных выступлениях и концертах “Ва-Банка”, многие из которых – постоянные слушатели радиопрограммы “Учитесь плавать”.

Несмотря на то, что передача не слишком вписывалась в формат р/станции “Максимум” в музыкальном плане, она устойчиво привлекала к себе и аудиторию, и спонсоров, благодаря честному и искреннему, а также ответственному отношению Скляра к тому, что он делал и говорил, его умению передать публике эмоции, эмоционально увлечь ее и донести свою точку зрения. И это касается не только музыки. По его словам, призывы вести здоровый образ жизни многие его поклонники воспринимали как руководство к действию: они бросали пить, употреблять наркотики и подходили к Скляру после концерта, чтобы сообщить об этом и поблагодарить за моральную помощь и поддержку.

Как уже было сказано, слушателю важны не только слова, которые произносит ведущий-“наставник” в эфире, но и, безусловно, содержание и тональность, эмоциональная наполненность программ.

Ведущего-“наставника” отличает и тот факт, что его либо любят, либо не любят, но никогда не относятся к нему нейтрально. Таким образом, его личная, может быть, даже выстраданная жизненная позиция, точка зрения на мир и события заставляет людей к нему прислушиваться. Слушатель доверяет своим ощущениям, так как в данном случае его притягивает именно манера, способ общения ведущего с ним. Можно говорить о некоем взаимообмене: слушатель может чувствовать ту внутреннюю энергию, которая исходит от такого ведущего, а ведущий ощущает, что его слова и эмоции доходят до ума и сердца слушателя, когда слышит или видит (при

визуальном контакте или общении через Интернет) их реакцию на то, что он делает в эфире.

Этот процесс иррационален, поэтому научить ведущего "энергетически" притягивать слушателя невозможно. Энергетика может быть отрицательной или положительной, то есть ведущий должен тем или иным образом воздействовать на слушателя, но никак не оставлять его равнодушным.

Процесс взаимного энергообмена может произойти только в том случае, если эмоциональный настрой, особенности характера и мировоззрение ведущего совпадают или почти совпадают с соответствующими качествами слушателя, то есть слушатель и ведущий живут как бы в едином информационно-эмоциональном поле, которое несложно почувствовать.

Невозможно искусственно создать журналиста-“наставника”: добавить ему популярности могут многочисленные интервью в различных СМИ и частые появления на модных вечеринках, даже скандальные истории из личной жизни. Однако все это вторично по отношению к его личности, как правило, “раскруткой” занимается не он сам, а средства массовой информации, но уже после того, как данная личность привлекла внимание аудитории своей работой в эфире.

Например, популярная журналистка Тутта Ларсен (MTV, радио “Максимум”) начинала как телеведущая, и сразу же обратила на себя внимание не только своей яркой внешностью, но и неординарностью мышления, смелым высказыванием своих мыслей в “прямом” эфире. В начале девяностых годов XX веков такое было в новинку: ярких ведущих музыкальных программ на телевидении, так называемых ви-джеев (VJ – Video Jokey – аналог ди-джею, но на телевидении) тогда просто не было. Тутта Ларсен была одной из первых. Ее манера общаться, умение притягивать к себе внимание, вера в свои силы, мощная захватывающая энергетика вскоре дали о себе знать.

Ею заинтересовались самые известные московские печатные издания, она стала примером для подражания у молодежи, потому что, была ни на кого не похожа как внешне, так и своей манерой общаться с молодежной аудиторией ее же словами. Ларсен пропагандировала некоммерческую музыку, здоровый образ жизни (отказ от алкоголя, занятия боксом), подтверждала своим внешним видом неприятие традиционного представления о том, что девушка должна выглядеть женственно, открыто выражала свое мнение о том, что отношения в семье должны строиться на партнерстве, отвергая истину, что мужчина - всегда глава семьи и т.д.

Все это были не просто слова, свои аргументы она подтверждала личным примером, как в музыке (Ларсен – певица и исполняла именно некоммерческую музыку), так и в жизни.

Таким образом, она открыто объявила о своей жизненной позиции, так отличающейся от общепринятых норм поведения (например, что девочкам непременно надо быть скромными и женственными), утвердила собственную систему ценностей, не боялась казаться смешной, поэтому всегда вызывала бурю эмоций у аудитории: от откровенной неприязни (особенно со стороны старшего поколения) до обожания (со стороны молодых поклонников). По ее словам, многие люди старшего поколения писали ей нелестные письма, нелестно отзываясь о ее внешности (проколотом носе, татуировках, “неженственной” одежде) и вызывающей, на их взгляд, чересчур дерзкой манере вести себя в эфире, а ее молодая аудитория – подражатели и последователи – признавалась в любви.

Возможно, более старшее поколение слушателей забыло, что вызывающая манера одеваться и вести себя была присуща людям во все времена (например, клоуны в цирке, юродивые), тем более, если речь идет о молодом человеке. И если ведущий склонен эпатировать, пусть даже и сознательно хотя бы часть аудитории, то в этом нет ничего дурного, этого не стоит стесняться.

Журналистом-“наставником” нельзя стать быстро и уж тем более с первых дней работы у микрофона, доверие публики, право быть самим собой в эфире, заставить к себе прислушиваться иногда завоевывается не только с помощью “авторской” радиопрограммы, но и поведением в реальной жизни. Особенно наглядно это видно, если радиоведущий одновременно является еще и популярным музыкантом и имеет сильное влияние на аудиторию с помощью своей музыки, “живых” концертов (как в приведенных выше примерах) или же известным пишущим или тележурналистом - в этом случае ему проще, так как он уже заранее завоевал доверие своего потенциального слушателя.

Пример тому - Артемий Троицкий, который задолго до того, как начал вести программы на радио, стал популярным и узнаваемым. Еще в середине восьмидесятых годов он заявил о себе как независимый рок-критик, популяризатор отечественной рок-музыки, автор нескольких книг, посвященных року, а в начале девяностых годов XX века стал известен широкой публике как корреспондент телевизионной музыкальной программы “А”. Его программы на радио назывались по-разному: “FM-Достоевский” (р/станция “Европа плюс”), “Ковчег дядюшки Ко” (“Радио 101”) и др., и выходили они на разных, порой абсолютно не похожих по формату радиостанциях: “Радио Максимум”, “Эхо Москвы”, уже упомянутых “Радио 101”, радио “Европа плюс” и т.д.

По тематике и настроению это всегда была одна и та же авторская программа А.Троицкого, построенная на обаянии и эрудиции ведущего, его вальяжной манере вести себя у микрофона, неприятию музыки, которую слушает большинство населения страны. Лучшей иллюстрацией отношением Троицкого к тому, что он делает в эфире и к миру в целом, является его любимый, по его собственным словам, литературный персонаж - герой романа Гончарова Илья Ильич Обломов, именем которого и была названа популярная телепередача Троицкого «Кафе «Обломов»».

Все его “авторские” программы были далеки от общей музыкальной направленности вышеперечисленных радиостанций. Музыкальный материал и манера вести программу были только авторским решением, то есть Троицкий выпускал в эфир и рассказывал тот материал, который нравится ему самому, зачастую не слишком заботясь о том, как к этому относится аудитория. Он давно завоевал симпатии и доверие аудитории, и все, что он делает или говорит, воспринимается его слушателями как нечто изысканное, обладающее высокой эстетической ценностью, до понимания которой еще нужно дорасти.

Троицкий сам создал определенную дистанцию между собой и аудиторией. В своей программе он не выплескивал на аудиторию сильных эмоций, предоставляя слушателям самим выбирать, принимать им или не принимать его позицию.

Эмоциональный настрой его программ выражал умиротворение и гармонию автора с окружающим миром, реплики Троицкого, касающиеся, в основном, музыки, внешне были ленивы и ненавязчивы, при этом не лишены изящества, если не остроумия. Он выбрал для себя нейтральную позицию: его задача - донести все самое новое и прогрессивное мировой, как правило, некоммерческой музыки до российского меломана, оставив за ним право выбора.

В своих радиопрограммах он, как и в начале девяностых годов, играл роль просветителя, подчас упуская из виду тот факт, что в конце девяностых годов молодежь обладала большими возможностями, чем молодежь восьмидесятых и, благодаря открытым границам и знанию иностранных языков, ориентируется в новых музыкальных тенденциях гораздо лучше самого Троицкого.

Однако не все его слушатели имели такие возможности, и для многих из них А. Троицкий остался человеком, к мнению которого стоит прислушаться. Ведь главным аргументом в пользу его радиопрограмм, их привлекательности для немалой аудитории стало то, как сказал сам А.

Троицкий в одном из интервью, что основными принципами построения программы являются индивидуальный выбор самого ведущего, а также полная независимость передачи от музыкального формата радиостанции.

Важно отметить, что, как правило, ведущие-“наставники” - не самые молодые люди на радиостанции, независимо от ее формата.

В журналистах-“наставниках” слушатели ценят особую, привлекающую к их личности энергетику, способность сделать слушателя своим союзником, заставить его прислушиваться к словам ведущего. Ведущий-“наставник” хорошо знает, что его мнение или взгляд на ту или иную проблему важны для слушателя, который ждет от журналиста честной реакции на то или иное событие. Причем, масштаб этого события не так уж важен - для данного типа ведущих не особенно принципиально, какую программу он ведет или о чем рассказывает.

Музыкант популярной группы “Тайм Аут” Александр Минаев долгое время работал одним из ведущих на радиостанциях SNC, “Ракурс”, “Серебряный дождь”. Вот весьма показательный случай, как человек, имеющий влияние на аудиторию, может успокоить разбушевавшуюся многотысячную толпу на своем концерте. Кто-то из толпы бросил на сцену пивную банку, которая попала в Минаева. Тот спокойно прекратил играть и тихо произнес, что несмотря на то, что ему очень жаль прерывать выступление, но если кто-то еще раз попытается швырнуть еще что-нибудь на сцену, он спустится в зал и разобьет ему физиономию. После чего музыканты тихо покинули сцену. Поклонники, испугавшись того, что концерт может закончиться, практически не начавшись, стали всеми силами скандировать название коллектива, чтобы вернуть музыкантов. “Тайм-Аут” через несколько минут вернулся на сцену, и дальнейший концерт прошел идеально, без каких-либо эксцессов. Не понадобилось никаких силовых методов, никакого насилия со стороны службы безопасности, достаточно было лишь нескольких тихих слов музыканта, к которому благоволил его аудитория, чтобы заставить ее вести себя цивилизованно.

И еще один наглядный пример. В августе 1991 года многие радиостанции были закрыты на несколько дней, и в столицу были введены танки, радиостанции SNC и “Эхо Москвы” были фактически отключены. Тем не менее, радио “Европа плюс”, как ни в чем не бывало, продолжало работать. Ведущие спокойно ставили в эфир веселые, жизнерадостные композиции (несмотря на то, что компьютерное программирование эфира было введено позднее), никак не реагируя на события, которые происходили в стране.

В это же время другая коммерческая музыкальная станция, которая также объявляла себя вне политики, отличилась активной позицией в отношении августовского путча 1991 года (в то время музыкальных коммерческих радиостанций было только две – SNC и “Европа плюс”).

Спустя день после августовских событий, один из ведущих SNC, Андрей Евдокимов, отличавшейся крайне миролюбивым характером и спокойными, интеллигентными программами, посвященными блюзу, группе Beatles, на этот раз не был столь сдержанным. На следующий день после победы демократических сил в праздничном эфире SNC довольно резко высказался об этом. Он сказал в эфир, что в то время, когда люди шли на баррикады, на одной из радиостанций бодрые ведущие выпускали в эфир программу “Презент” и по заявкам радиослушателей ставили веселую песенку Клиффа Ричарда “Congratulations”.

Это выступление вызвало немалый резонанс. Принимая во внимание, что в то время еще было слишком мало радиостанций, и их слушала не только постоянная аудитория, но и ведущие, и руководство конкурирующих станций. Им важно было знать, что нового придумает конкурент, программному директору радиостанции “Европа плюс” пришлось публично заявлять, что это произошло не из-за отсутствия интереса к политической ситуации в стране. Просто радио “Европа плюс” не могла себе позволить разрушить структуру эфира из-за августовских событий, поэтому, что бы ни

происходило - ничто не должно нарушать работу музыкальных коммерческих радиостанций.

К сожалению, приходится констатировать факт, что такой подход - характерная особенность работы коммерческих информационно-музыкальных радиостанций FM-диапазона. Они являются деловыми предприятиями, их задача, независимо от ситуации в стране, приносить прибыль акционерам. Даже когда журналистам, казалось бы, необходимо было выйти в эфир и дать свою оценку событию, им приходилось просто молчать и подчиняться общим правилам работы на радиостанции или же писать заявление об уходе.

Необходимо очень четко определить стиль работы, поведения ведущих-“наставников”. Первый вариант: ведущий выключается из своей реальной жизни, забывает обо всех своих проблемах, и, садясь к микрофону, начинает жить параллельной жизнью в параллельном – эфирном - пространстве. Однако это не искусственная жизнь, просто происходит нечто, что выключает человека из реальной, повседневной жизни и “бросает” в эфирную. Нельзя забывать, что он - живой человек со своими проблемами в жизни, и не хочет разочаровывать своего слушателя. При этом журналист-"наставник" не заигрывает с аудиторией, чтобы привлечь дополнительное внимание, просто в «прямом» эфире он живет в некой параллельной реальности, которую сам же и создает.

В этом случае происходит своеобразное раскрепощение, так как в каждом человеке часто существуют несколько личностей, но не все могут их выявить, продемонстрировать. Журналист-"наставник" создает собственный образно-эмоциональный мир, который добровольно принимают его слушатели. Этот мир может жить и отдельно от самого ведущего. Выходя из эфира, ведущий становится тем, кто он в реальной жизни, а, возвращаясь в «прямой» эфир, он становится своеобразным "эмоциональным рулевым", за счет умения, способности точно передать свои чувства и эмоции по тому или

иному поводу, а слушатели принимают эту точку зрения, его мировосприятие как свои собственные.

Умение жить параллельной жизнью может быть только естественным. Можно научиться играть какую-то роль, строить фразы, свободно общаться со слушателями, но нельзя научиться быть любимым героем эфира, научиться быть ожидаемым, навязать слушателю свое мироощущение насильно. Нарочитая грубоватость затмевается магией голоса, непосредственностью, обаянием, эмоциональностью. Но это совсем не похоже на манеру общения со слушателями ведущего-“собеседника”, которая является своеобразной игрой со слушателем, его “визитной карточкой”, без которой он просто становится скучен.

Поэтому ведущему-“наставнику” нужно в полной мере обладать доверием аудитории, чтобы его приняли как реального человека, таким, какой он есть, с его достоинствами и недостатками. Например, один из ведущих эфира радио “Ракурс” Константин Волков мог быть несколько резок со своими слушателями в “прямом” эфире, а, разговаривая с ними по телефону после программы, даже мог позволить себе сказать им что-то не слишком приятное. Например, общаясь со слушателем, заказавшего песню Алёны Апиной, он мог сказать, что на радиостанции «Ракурс» не звучит такая музыка, а если слушателю что-то не нравится, он просто советует ему переключиться на другую волну. Несмотря на все это, К. Волков, согласно опросу аудитории радиостанции, считался одним из лучших ведущих “Ракурса”, его не слишком обходительное отношение к слушателю никак не влияло на качество его передач, поэтому постоянная аудитория охотно прощала Волкову его не всегда вежливое поведение вне эфира.

Другой способ поведения в эфире – абсолютная откровенность в общении со своей аудиторией. Ведущий-“наставник” может делиться со слушателями своими личными, даже интимными проблемами, причинами своего дурного или хорошего настроения, тревогами, опасениями, радостями.

Такой тип поведения ведущего-“наставника” возможен в рамках “авторской” программы на станциях, где большую часть времени занимает именно общение ведущего со слушателями. В этом случае он может позволить себе рассказывать о своих наблюдениях и переживаниях. Именно такая манера ведения эфира была основой радиостанции SNC, где существовали “авторские” 4-6-часовые эфиры, и журналисты полностью отвечали за их содержание, поэтому могли делиться с аудиторией самой разнообразной информацией: от собственных неудачных романов (если, конечно, это вписывалось в контекст программы) до проблем с ГАИ.

Причем, все это делалось интеллигентно, грамотно, с чувством юмора, и слушателю было интересно. Как уже было сказано, такая форма общения ведущего с аудиторией возможна только на “разговорных” станциях, чаще СВ-диапазона, где радиожурналисту предоставлена максимальная свобода самовыражения.

Второй случай такого открытого поведения - это, к примеру, эротическое шоу, где обращение ведущего к собственному жизненному опыту - обязательная часть программы, и журналисту просто необходимо доверие своих слушателей.

Энергия ведущего-“наставника” может быть агрессивной или спокойной, вызывать отрицательные или положительные эмоции, а сам журналист может быть предсказуемым или непредсказуемым, но обязательно притягательным для слушателей. Он обладает исключительным правом сам решать, как ему вести себя с аудиторией: быть “своим парнем” или держать слушателя на расстоянии, его главная особенность - обнаружить новизну в подаче идеи, в способе добровольно заставить слушателя себе верить.

Теперь подведем некоторые итоги, касающиеся ведущих-“наставников”. Четыре “не” “наставника”:

1) Ведущего-“наставника” **нельзя** заменить кем-то другим. Гораздо проще дать другому радиожурналисту того же типа вести другую программу с похожим содержанием и эмоциональным настроением, но не подражающим

предыдущему, а своим собственным. Ведущий-“наставник” сам создает форму, рамки своей программы, наполнение, ее начало и конец. Эта форма - дело его рук. Его манера общаться с аудиторией неповторима: можно повторить способы построения программы, ее музыкальную направленность, структуру, но эмоции, которые в нее закладываются, скопировать нельзя – они индивидуальны. Этот тип ведущих часто порождает последователей, которые берут за основу его стиль, манеру подачи материала, способ здороваться и прощаться, интонационные особенности, при этом либо создают что-то свое, используя индивидуальный подход к слушателю, делясь с ним собственным мировоззрением, эмоциями по тому или иному поводу, либо становятся просто подражателями.

2) **Не более** двух-трех ведущих-“наставников” на одной радиостанции. Пока они работают на ней, они воспринимаются как “визитные карточки” радиостанции, но слушатели их любят как самостоятельных личностей. Если такой ведущий перестает работать на данной радиостанции, уходит с нее или начинает работать на другой, то о нем вспоминают не по тому, на какой радиостанции они работал раньше, а по тому, какую программу он делал, какой посыл, какой эмоциональный заряд нес слушателю.

3) Такой радиоведущий **не должен** быть актером по образованию, по крайней мере, известным по театральным или киноролям, которые помешают воспринимать его как индивидуальность. Его сцена - радиоэфир, программы, тексты, которые он произносит. В противном случае его будут воспринимать как исполнителя какой-то роли, у слушателя не возникнет веры в то, что этот ведущий не играет в эфире, не будет ощущения искренности. Но при этом такой ведущий может быть по образованию кем угодно: музыкантом, художником, физиком, биологом, литератором и тем же актером, но только не добившимся до прихода на радио “вселенской” популярности, то есть в этой роли вряд ли мог выступить, например, О. Ефремов, А. Баталов или О. Табаков, но вполне состоялись К. Ларина, М. Гананольский и К. Кравинский на радио “Эхо Москвы”, да и на других станциях подобные примеры найти

нетрудно. Главное, чтобы ведущему было, что сказать своему слушателю. Он никогда искусственно не добавляет яркости к своему “образу”, никогда ничего не утрирует, чтобы “подогреть” к себе интерес - все происходит только естественным путем.

4) Содержание программы ведущего-“наставника” **не играет** решающей роли. Он может поднимать любые темы, даже самые банальные, но сильная положительная или отрицательная энергетика его программ делает его мысли и высказывания оригинальными, неповторимыми, они привлекают слушателя, заставляют его размышлять.

Таким образом, **ведущих-“наставников” отличает максимальная свобода в выражении мыслей и эмоций.** Журналисту-“наставнику”, возможно, даже в большей степени, чем ведущим других типов необходимо прислушиваться к своей аудитории, так как часто его аудитория - это молодые люди, и даже одно неверное слово может быть ими неадекватно воспринято. Слушатели видят в ведущем-“наставнике”, прежде всего, друга, советчика, иногда пример для подражания, что означает высокую степень ответственности такого ведущего перед своей аудиторией, особенно если ведущий - музыкант или представитель другой “публичной” профессии.

Однако необходимо отметить, что «водораздел» между тремя типами ведущих не так резок, поэтому радиожурналист, обладающий необходимыми профессиональными качествами, а также солидным опытом работы в эфире, может быть как ведущим-«информатором» или «собеседником», так и радиоведущим-«наставником».

ЛИТЕРАТУРА

КНИГИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ:

1. Беляев С., Коробицын В. Радиостанции России. Государственное и независимое вещание. - М., 1995.
2. Борецкий Р.А., Кузнецов Г.В. Журналист ТВ: За кадром и в кадре (Основы профессионального мастерства). – М., 1990. – 152с.
3. Восприятие музыки: Сб. статей. - М., 1980.
4. Выготский Л.С. Психология искусства. - М., 1987. – 344с.
5. Гафитулин М.С. Уровни творчества или рождение новизны. – Минск, 1993. – 147с.
6. Горохов В.М. Слагаемые мастерства: Особенности журналистского творчества. – М., 1982. – 160с.
7. Гаспарян В. Тележурналистика: вчера, сегодня, завтра (1990-95 гг.) – М., 1995.- 57с.
8. Горяева Т.М. Радио России: Политический контроль советского радиовещания в 1920-1930-х годах. Документированная история. – М., 2000. – 170с.
9. Гуревич П.С., Ружников В.Н. Советское радиовещание. Страницы истории. - М., 1976.
10. Диктор у микрофона.//Сб. статей/ Сост. Б.И.Сударов - М., 1983. - 154с.
11. Зарва М. Слово в эфире. – М., 1977. – 179с.
12. Засурский Я.Н., Вартанова Е.Л., Засурский И.И и др. Средства массовой информации постсоветской России. – М., 2002. - 303с.
13. Засурский Я.Н. Система средств массовой информации России. – М., 2001.- 259с.
14. Зденек М. Развитие правого полушария. – М., 1997.- 320с.
15. История советской радиожурналистики. Документы. Тексты. Воспоминания./ Сост. Т. М. Горяева - М., 1991. – 435с.

16. Кукаркин А.В. Буржуазная массовая культура: Теории. Идеи. Разновидности. Образцы. Техника. Бизнес. - М., 1985. – 399с.
17. Лотман Ю.М. Структура художественного текста. - М., 1970.
18. Любосветов Д.И. По законам эфира: О специфике творчества радиожурналиста. М., 1979. – 157с.
19. Моль А. Теория информации и эстетическое восприятие. - М., 1966. – 352с.
20. Московичи С. Век толп. – М., 1998. – 478с.
21. Музыря А. В эфире радиостанция «Юность». – М., 1979. – 198с.
22. Муратов С. Диалог: Телевизионное общение в кадре и за кадром. М., 1983. – 159с.
23. Назайкинский Е. О психологии музыкального восприятия. - М., 1972.
24. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917-начало 90-х годов)./ Под ред. Я.Н. Засурского. – М., 1996. – 208с.
25. Отечественное радио в современных условиях: Сб. статей./ Под ред. А. А. Шереля и В. В. Гаспаряна. - М., 1998. 135с.
26. Радиожурналистика: Учебник/ Под ред. А.А.Шереля. – М., 2000. – 480с.
27. Ружников В.Н. Так начиналось. Историко-теоретический очерк советского радиовещания. 1917-1928. - М., 1987.
28. Саптак В.С. Телевидение и мы. Четыре беседы. – М., 1963. – 183с.
29. Смирнов В.В. Жанры радиожурналистики. – М., 2002. – 288с.
30. Смирнов В.В. Практическая журналистика. Информационные жанры радиовещания. Ростов-на-Дону, 1997.
31. Смирнов В.В. Формы вещания: Функции, типология, структура радиопрограмм. – М., 2002. – 203с.
32. Смирнова М. Риск и творчество.- М., 1990. – 60с.
33. Толстова Н.А. Внимание: включаю микрофон! - М., 1972. – 223с.
34. Троицкий А.К. Поп-лексикон. – М., 1990. – 127с.

35. Шерель А.А. Рампа у микрофона. Театр и радио: пути взаимного влияния. - М., 1985. – 301с.
36. Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. – М., 1973. – 218с.
37. Шергова Г.М. Эхо слова. – М., 1986. – 238с.
38. Юровский А.Я. Об искусстве телевидения. – М., 1965. – 71с.

СТАТЬИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ:

39. Альтшуллер Г.С., Шапиро Р.Б. О психологии изобретательского творчества. // Вопросы психологии. 1956, июнь. С.37-49.
40. Альтшуллер Г.С. О качествах творческой личности. // Найти идею. Введение в теорию решения изобретательских задач. – Новосибирск, 1986. С. 178-181.
41. Альтшуллер Г.С. Структура талантливости мышления. // Творчество как точная наука. - М., 1979. С.66-72.
42. Альтшуллер И. Три белые ночи "Европы плюс". // Биржа. 1993, июнь. С.15-23.
43. Андрукович П., Головинский Г. Звукозапись и молодой слушатель музыки. //Рождение звукового образа. - М., 1985. С.90-110.
44. Ардов З. Диапазон: Радио "РОКС". / Ящик// Вечерняя Москва"№16. 1998.С.27.
45. Болотова Л.Д. Некоторые тенденции развития современного отечественного радиовещания.// Средства массовой информации в современном мире. СПб., 1999.
46. Брацыло С. Особенности формирования программных концепций отечественного ТВ.// Независимые медиаизмерения. – М., август.2000. С. 7- 17.
47. Бубукин А. Рейтинг.// Огонек №22-23. 1992. С.7.
48. Виляудас Л. Импровизация и музыкальная эстетика: Музыка XX века.// Экзотика №2.1994. С.58-60.

49. Гайка К. DJ-допрос: Интервью с ди-джем Фонарем (Радио "Максимум")// Не Спать! №1(24). 1996, 25 янв. С.22.
50. Гуницкий А. Всеволод Новгородцев: Я приветствую все положительное.// Румба. 1989. С.25-27.
51. Додонов Б.И. Эмоциональные характеристики личности и художественная одаренность. // Художественное творчество. - Л., 1983. С. 205-210.
52. Дранков Н.В. Многогранность способностей как общий критерий художественного таланта. //Художественное творчество.- Л., 1983. С. 123-139.
53. Дуков Е. Грампластинка в музыкальной жизни (социально-культурный аспект функционирования).// Рождение звукового образа. - М., 1985. С. 6-22.
54. Ермолинская Л. Душевное радио - слушает вся планета.// Музыкальный магазин. 1999, январь-февраль. С.6-10.
55. Жабицкая Л. Г. О критериях диагностики литературной одаренности.// Художественное творчество. - Л., 1983. С. 139-151.
56. Захарова Ю. FM в московском диапазоне: Каталог FM- радиостанций, работающих в диапазоне 88-108МГц.// Неделя №33. 1996, сентябрь. С.6-7.
57. Исправникова А. Французское радио: процесс децентрализации. // В Диапазоне современности. - М., 1985. С.255-274
58. Карелина В. Коммерциализация английского радио.// В диапазоне современности. - М., 1985. С. 238-255.
59. Карлов Б. Коротковолновый прорыв Севы Новгородцева.// РокFuzz №18. 1990, январь. С.24-26.
60. Клен Н. Ди-джей: Один на один с микрофоном. // Cosmopolitan. 1996, октябрь. С.111-114
61. Ковальчук И. Борода.// Экзотика №2. 1994. С. 38-39
62. Колядный И. Альтернативная музыка в эфире. Дядюшка Peel с Radio One.// Экзотика №2. 1994. С. 36-37

63. Кузнецов Г.В. Ампула семи гномов.// Журналист №7, 1993. С.23-28.
64. Логутков А. Свободы сеятель эфирный.// Итоги. 1996, 20 октября. С.18-23.
65. Маклюэн М. Телевидение. Робкий гигант.// Телевидение вчера, сегодня, завтра. / Сост. А.Черняков. – М., 1987. - Вып.7. С.156-180.
66. Мари М. Звук.// Информационный сборник. - М., 1986. С.129-132
67. Мейлах Б.С. Психология художественного творчества: предмет и пути исследования. // Психология процессов художественного творчества. - Л., 1980. С. 5-24
68. Морозов Д. Радиоактивные люди.// Карьера №72, 1999. С. 25-36
69. Мошков К. Радиовещание в России сегодня.// Российский музыкальный ежегодник - Итоги 97-98, 1998. С.121-138.
70. Музыкальный хит-парад: Плей-листы московских радиостанций.// Video Audio Бизнес №4(6).1997, февраль. С.56-58
71. Надуткина А., Холод А., Андреев А., Власова Е. и др. FM радиостанции: исследование регионального рынка и целевых аудиторий.// Независимые медиаизмерения. - М., июль, 2000. С. 21-26.
72. Овсенни Т. Знай наших: "Наше радио" соревнуется с "Русским радио".// Афиша №3. 1999. С.104.
73. Петрова С.Э. Итальянское радио: от государственной монополии к частному вещанию.// В диапазоне современности. Радиовещание 80-х годов в нашей стране и за рубежом. - М., 1985. С.274-288
74. Печникова И. Как ОНЭКСИМбанк с "Европой плюс" шутили: Г-н Полински даже не был знаком с г-ном Потаниным./ Ящик// Вечерняя Москва №12. 1998. С.29
75. Пономарев Я. А. Психология в системе комплексных исследований творчества. // Психология процессов художественного творчества. - Л., 1980. С. 24-32.
76. Рождественская Н. В. Проблемы и поиски изучения художественных способностей. // Художественное творчество - Л., 1983. С. 105-122.

- 77.Рождественская Н.В. Творческая одаренность и свойства личности (Экспериментальное исследование актерской одаренности).// Психология процессов художественного творчества. - Л., 1980. С. 57-68.
- 78.Ротенберг В.С. Об общих предпосылках творчества.// Художественное творчество - Л., 1983. С. 201-203.
- 79.Рунин Б.М. О психологии импровизации. // Психология процессов художественного творчества. - Л., 1980. С. 45-57.
- 80.Сева Новгородцев: Лучше сеять по-новому, чем сажать по-старому.//Огонек №15, 1998, апрель. С.24-27.
- 81.Селезнев А. Цифровые рабочие станции для радиовещания.// Журнал 625. 1994, июнь.
- 82.Селюцкий А.Б., Слугин Г. И. Откуда берутся гении. // Вдохновение по заказу. - Петрозаводск, Карелия. 1977. С.28-39.
- 83.Симонов П.В. "Сверхзадача" художника в свете психологии и нейрофизиологии. //Психология процессов художественного творчества. - Л., 1980. С. 32-45.
- 84.Стадник И. Радиостанции. // Российский музыкальный ежегодник. - Итоги 95-96. 1996. С. 67-73.
- 85.Труснова Е. Театральный актер: телевизионное измерение.// Телевидение: вчера, сегодня, завтра. – М.,1987. С.38-59
- 86.Стольников В. Сева Новгородцев: "Я состоялся по всем статьям".// Арена №26. 1991.
- 87.Тхагушев И. Ориентация на личностное восприятие. // В диапазоне современности. - М.,1985. С.53-75.
- 88.Чебакова А. Презент к столу заказов или Чего изволите?//Ящик // Вечерняя Москва №12. 1998. С.4-8.
- 89.Шерель А.А. Пересечение параллельных прямых.// Журналист №2. 1996, февраль. С.25-26.
- 90.Юркина Р. Структура промоушн-отдела ТРК.// Broadcasting №7. 2001, ноябрь. С.38-40.

91. Юсупов Р. Радио. // Российский музыкальный ежегодник - Итоги 96-97. М., 1997. С.135-141
92. Яичкина О. Общедоступные средние волны: каталог станций, работающих в диапазоне СВ. // Неделя №39. 1996, октябрь. С.6.
93. Яичкина О. Старые добрые УКВ: Каталог радиостанций, работающих в диапазоне УКВ. // Неделя №36. 1996, октябрь. С.6-7.
94. Яхонтов В. Голос диктора. // Советская культура. 1941, 14 авг. С. 4.

КНИГИ И СТАТЬИ НА ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКАХ:

95. Coveney J., Hall D. Remixes: Too Much Of A Good Thing? PDs Confronted With Numerous Choices. // Billboard. 1998, Sept. 13. P.97-100.
96. Harris J., Malins S. This Month's Stories. // Q Magazine. - London, 1996, Sept. P.13-14
97. Heasman J. Despite Diana's Death, Xfm/London Makes Debut. // Billboard. 1998, Sept. 13. P.97.
98. Keith M. The Radio Station. - Boston, 1997. – 324 p.
99. McGeever M. Radio Ireland Looking For Luck To Change: Station To Roll Out New Programming, Marketing Strategies. // Billboard. 1998, Sept. 13. P.100
100. Smith H. Station Reports. Music&Media. Volume 14, Issue 14. 1997, April 5. P.21-23.
101. Sternberg R. General intellectual ability. // Human abilities by R. Sternberg, 1985. P.5-31.

В работе использованы материалы архивов радиостанций "Европа плюс", "Максимум", "Ракурс", представленные автору дирекциями указанных радиостанций, а также ряд распорядительных документов, обуславливающие параметры указанных станций.

Использованы также материалы, публиковавшиеся в "Вестнике телевизионной информации" 1996-1997 гг., таблицы объема ежедневной

аудитории московских радиостанций за 1998-1999 год независимой службы "Комкон-2", а также ежедневные и ежемесячные рейтинги аудитории радиостанций службы Gallup (первое полугодие 1999 года), ежемесячные медиаисследования Национального института социально-психологических исследований (НИСПИ) и Russian Public Relation Group (июнь-август 2000 года).