**ЖАНРЫ РАДИОПЕРЕДАЧ**

Радио во всем богатстве и разнообразии его продукции, можно классифицировать по ряду устоявшихся формальных признаков, разделить по принадлежности к тому или иному жанру. Теория жанров постоянно находится в развитии, видоизменяясь, происходит становление, развитие новых и отмирание старых жанров, впрочем, это не означает, что жанровое деление творчества радиожурналиста есть бессмысленное теоретизирование. В адекватном понимании природы того или иного жанра заложен потенциал реализации творческого развития. Понимание же неразрывно связано со знанием.

Обычно журналистскую деятельность подразделяют на три основных вида – это информация, аналитика, публицистика. Каждый их них подразделяется на подвиды, которые и принято считать жанрами журналистики. Жанр – это исторически определившийся тип отображения реальной действительности, обладающий набором относительно устойчивых признаков. Понятие того или иного жанра формировалось многие годы, менялась жизнь, какие-то явления ее исчезали, становились достоянием истории, возникали новые, однако, каждое новое явление, будучи принципиально иным по содержанию, сохраняло прежнюю форму. Это же относится и к жанровым формам, основанным на общности функций каждой из них, независимо от конкретного наполнения.

Жанр – категория общественно-историческая. Поэтому, например, в ситуации ограничения свободы слова и печати происходит всплеск в развитии жанров аналитических и даже дидактических, напротив, расширение информационных свобод влечет за собой развитие информационных жанров, потребитель информации уже не нуждается в назиданиях, а стремится сам оценивать и анализировать факты.

При всей динамике и диалектичности понятия жанра, существует, тем не менее, ряд довольно-таки устоявшихся форм, в развитии которых на протяжении продолжительного времени сохраняются сущностные признаки. Так, к жанрам информационной журналистики принято относить репортаж, заметку (сюжет), выступление, интервью; к жанрам аналитическим – беседу, комментарий, обозрение; к жанрам художественной публицистики – зарисовку, очерк, эссе. И все эти жанры используются не только в печати, а и при создании радио- и телепередач. Их можно назвать общежурналистскими: используя специфические изобразительно-выразительные средства, они встречаются в каждом из родов журналистики. Для других жанровых форм характерно использование только в одном роде: в печати, например, передовая статья, на радио – перекличка, на ТВ – телемосты.

**1) Интервью и сходные с ним жанры. Беседа и дискуссия. Пресс-конференция.** От английского interview – встреча, беседа. Жанр, в котором наиболее концентрировано реализуются базовые признаки процесса межличностного общения. В первоначальном своем значении интервью – это беседа журналиста (репортера, ведущего) с известной личностью, ученым, специалистом, “бывалым человеком” и т.п. Во время этой беседы журналист-интервьюер задает вопросы, подсказывает темы, которые желательно затронуть в беседе, “направляет” беседу, реагирует на высказывания собеседника, что дает дальнейшее развитие беседы. К интервью нельзя относить пресс-конференции: во-первых, потому, что заявления на пресс-конференции носят публичный характер, а, во-вторых, потому что вопросы журналистов не согласованы друг с другом и не позволяют создать единого материала, составляющего цельное радиопроизведение. Что касается отдельных ответов, даваемых на пресс-конференции, то они должны считаться “сообщениями о событиях и фактах, имеющими информационный характер”, то есть материалами, которые в соответствии с большинством действующих законов об авторском праве не охраняются авторским правом. Дело в том, что интервью это жанр, по отношению к которому авторское право несет определенные нюансы (в отличие от всех других – репортажа, комментария и т.д.). Зачастую интервью несет в себе очевидные признаки соавторства. Лицо, дающее интервью (интервьюируемый), сообщает нечто новое, оригинальное, его материал, вносимый в интервью, представляет собой результат творческой деятельности, который охраняется авторским правом. С другой стороны, и журналист-интервьюер проявляет творчество при постановке вопросов, определении направления беседы, творчество журналиста проявляется и после завершения беседы, когда он придает более совершенную, оригинальную форму интервью: в газетах и журналах это внесение изменений, выходящих за пределы обычного редактирования, на радио и в телевидении – монтаж или дополнительное включение в материал беседы тех или иных вопросов, различные дополнения, комментарии. Получается, что интервью есть результат соавторства со всеми вытекающими последствиями. Однако на практике получается чаще по-другому. В повседневной практике очень часты случаи, когда вопросы или ответы оказываются настолько просты, что не несут в себе творческого начала, не являются оригинальными, и, таким образом, одна из сторон в интервью не проявляет творчества, то вместо соавторского произведения получится произведение одного автора: либо монолог интервьюируемого, либо блестящие, остроумные и оригинальные вопросы журналиста с односложными ответами типа “да – нет”. Авторское право охраняет только форму произведения: язык (языковые приемы), которым изложено произведение, художественные образы, последовательность изложения. Авторское право не охраняет элементы содержания произведения, то есть собственно идеи, факты, принципы, составляющие сюжет, тему произведения. Поэтому лицо, которое сообщило только факты, идеи, принципы, использованные в произведении, не становится автором (соавтором) произведения, если форма выражения этих фактов, идей, принципов создана не этим, а другим лицом. Тем не менее, интервью – совместное творчество. Убеждение в том, что спрашивать легче, чем отвечать – ложный посыл начинающих журналистов. Право на вопрос подразумевает знание материала порой не хуже, нежели у интервьюируемого. Ведь интервью – далеко не всегда лишь способ получения информации.

В зависимости от задачи, стоящей перед журналистом, необходимо различать интервью-факт и интервью-мнение. В первом случае, важной и необходимой представляется информация, которой в силу определенных причин обладает интервьюируемый. Во втором случае, речь может идти о чем-либо общеизвестном, но интервьюируемый (опять-таки, замотивировано) имеет право на оценку, разъяснения, прогнозы и т.д. По другой типологии, в зависимости от цели и способа ее достижения журналистом, интервью подразделяют на большее число разновидностей.

Протокольное интервью проводится для получения официальных разъяснений по тем или иным вопросам политики государства. Соответственно, интервьюируемый – официальное лицо высокого ранга. Очень распространены случаи, когда на то или иное действие президента страны разъяснения даются его помощником или пресс-секретарем. Официальное лицо дает официальные ответы. Вопросы зачастую заранее согласованы, переспрашивать или уточнять что-либо чаще всего не принято. Собственное мнение журналиста в этой ситуации исключено. Журналист озвучивает вопрос и держит микрофон, его функция – обеспечить тиражирование официальной точки зрения. Информационное интервью (включает интервью-мнение и интервью-факт, рассмотренные выше) имеет целью получение определенных сведений или мнений. В этом случае собеседник лицо не всегда официальное, поэтому стилистика разговора близка к обычной, повседневной, может быть окрашена в эмоциональные тона, что всегда способствует восприятию информации. Нередко журналист знает о предмете разговора не меньше (а то и больше) собеседника. Но важно, чтобы определенная информация прозвучала именно из его уст. В информационных программах в готовом материале очень редко используется вопрос корреспондента, важен ответ. Вопрос имеет значение в той ситуации, когда ответы носят однозначный характер и для сути материала важно: на какой вопрос ответ утвердительный, а на какой – отрицательный. Интервью-портрет – разновидность интервью, ставит целью всестороннее по возможности раскрытие личности собеседника. Преимущественное значение зачастую приобретают социально-психологические эмоциональные характеристики, выявление системы ценностей интервьюируемого. Чаще всего является компонентом "больших" жанров – очерка, аналитической программы и т.д. В этой разновидности интервью важен не только текст, нередко большее значение может иметь невербальная информация. Интервью-анкета проводится обычно для выяснения мнений разных людей по определенному вопросу. Иногда его называют экспресс-интервью ввиду краткости: 1-2 вопроса. Это, по сути, своеобразный радиоопрос общественного мнения. Проблемное интервью (интервью-дискуссия) предполагает откровенную публичность, явное присутствие микрофона, а значит, и совершенно иную тональность разговора. В проблемном интервью позиция журналиста (чаще всего – комментатора) имеет не меньшее значение, нежели точка зрения или мнение интервьюируемого. Позиция журналиста в данном случае является неким началом, точкой отсчета для совместного поиска истины. Вот здесь уже журналист обязан владеть предметом, изучить его заранее, дабы ни в чем не уступить собеседнику. Цель такого интервью – ответ на общественно значимые вопросы. В тональности такого интервью обязательно присутствует элемент спора, а в споре нужны аргументы, нужны факты, в которых журналист ошибиться не может, не имеет права.

От собственно интервью происходят другие диалогические формы работы: беседа, пресс-конференция, дискуссия. Иногда их рассматривают как самостоятельные жанры, однако, очевидно, что сохраняют в себе сущностные признаки интервью, а потому можно, наверное, рассматривать их и как разновидность одного большого жанра. В беседе чаще всего принимают участие более двух человек. Другой термин – "круглый стол". Журналист в этом случае из интервьюера превращается в модератора. Он и участник беседы, он и организатор, гостеприимный хозяин. Беседа (круглый стол) может быть формой отдельной передачи, либо фрагментом в передаче наряду с другими жанровыми формами. Столкновение различных точек зрения в разговоре нередко приводит к эволюции жанра: беседа перерастает в дискуссию. Дискуссия заменяет беседу все чаще – это соответствует стилю жизни в условиях многообразия мнений и суждений, динамики общественных изменений, уровню социальной активности. Дискуссия (от латинского discussio – исследование, обсуждение, рассмотрение) предполагает, что процесс развития мысли вокруг обсуждаемого предмета происходит на глазах радиослушателей и, тем самым, активизирует интеллектуальную деятельность аудитории, включая ее в процесс поиска истины. Предварительная работа журналиста при подготовке передачи этого жанра может быть невелика, зато резко возрастает значимость таких качеств как умение регулировать разговор, давать возможность высказываться и вовремя останавливать участников, направлять общий ход дискуссии. Важно, чтобы разговор не ушел в какую-то узкопрофессиональную нишу, а оставался на уровне, интересном аудитории. Модератор в данном случае выполняет роль посредника между интересами слушателей и находящимися в студии специалистами по той или иной теме. Важное место здесь занимает умение журналиста импровизировать, так как ход дискуссии не всегда может быть предсказуем, и домашними заготовками обойтись не получится. Тем более что эта жанровая форма чаще всего применяется для работы в прямом эфире. Пресс-конференция, как отмечалось выше, не может считаться интервью в чистом виде, но признаки диалогического жанра здесь также присутствуют. Есть еще брифинг – обычно краткий инструктаж для журналистов, где они информируются о программе того или иного мероприятия, отдельных аспектах его проведения. Например, МИД может провести брифинг накануне большого международного события, где журналистам расскажут о порядке проведения, целях и задачах, которые устроители ставят перед мероприятием. А вот подобное же действие по итогам события будет являться уже пресс-конференцией. Брифинг проводится работниками пресс-служб, пресс-конференция – непосредственными участниками события. Другая форма брифинга относится к работе того или иного ведомства или официального лица.

**2) Репортаж.** В ходе него рассказ журналиста прерывается записанными на месте высказываниями участников события. Это отличный способ драматургического построения материала, возможность представить на суд слушателей различные точки зрения.

**3) Комментарий и обозрение.** Понятие комментария происходит от латинского commentarius – толкование и полностью этому соответствует. Комментарий относится к аналитической публицистике, поскольку его целью является не простое информирование зрителя о тех или иных событиях, а выявление и разъяснение причинно-следственных связей внутри события или между событиями, прогнозирование. Основой комментария как жанра является откровенная авторская оценка, авторский анализ фактов. Обозрение один из самых устойчивых и традиционных жанров радиожурналистики. Как правило, обозрение строго фактологично, причем, факты отобраны и сгруппированы в соответствии с определенной авторской концепцией. Кроме того, обозреватель рассматривает факты в их взаимодействии, вскрывает взаимосвязь фактов, выделяет общее и делает свои выводы. Обозрение обычно шире, чем комментарий, который может рассматривать один факт или событие. Обозрение чаще всего ограничивается хронологическими или тематическими рамками. При всем тематическом разнообразии радиопередач этого жанра, можно выделить общие обозрения, где рассматриваются различные события на конкретном отрезке времени, а также специализирующиеся тематически.

**4) Очерк.** Выбор жанра обычно обусловлен задачей, которая ставится перед журналистским материалом. Жанровая специфика очерка подробно рассмотрена в теории литературы. Очерк – это пограничный жанр между документальным исследованием и художественным рассказом. Жизненная реальность фактов – документальная составляющая очерка, использование художественных форм и образов – от рассказа в его литературном определении. Очерк считается основным жанром художественной радиопублицистики. В отличие от радиоинформации, где приоритет отдается действию, то в очерке на первом плане, как правило, человек как субъект этого действия. Наиболее распространенная разновидность очерка – портретный. Другая разновидность, также исходящая из литературной традиции – путевой очерк. Очерк – отражение определенного временного процесса.

**5) Эссе, зарисовка.** Эти жанры используются в современных радиопрограммах все реже. Что, наверное, не повод давать им окончательно исчезнуть из эфира. И даже в рамках информационных программ. Информационная картина одного дня не похожа на картину дня другого. Кроме будней, наполненных политическими кризисами и биржевыми сводками, войнами и автокатастрофами, скандальными разоблачениями и пожарами, есть дни выходные и праздничные. В эти дни большинство радиостанций также не пренебрегает информационными программами, а значит, есть востребованность и зарисовочных сюжетов. Особенность этого жанра в том, что он крайне редко применяется при освещении каких-либо серьезных тем из области политической, социально-экономической, а уж тем более – для освещения событий. Большинство информационных программ в выходные и праздничные дни стремятся не перегружать зрителя серьезной информацией. Это же зачастую относится и к утренним программам. Сущностная особенность радио зарисовки – преобладание образности над информационностью. В то же время, в отличие от очерка, в зарисовке необязательны композиционная завершенность, глубина осмысления. У зарисовки может не быть четкого информационного повода, зато, учитывая обязательный художественный элемент, непременно должна присутствовать образность, строго выверенная композиционность, художественная тональность в языке текста. Зарисовка может нести информацию культурного, этнографического характера, либо того, что называют "из жизни". Это может быть рассказ о человеческих увлечениях, способах проведения праздников, о народных обычаях и т.д. и т.п. В отдельных случаях жанр зарисовки может быть использован как иллюстрация к событию. Скажем, выходит какое-то правительственное постановление, например, о пенсионном обеспечении. Выдать в эфир информацию по краткой сути этого постановления может и ведущий, особенно, если постановление не требует особых комментариев специалистов или комментируется непосредственно из студии. В этом случае, после собственно студийной информации, может логично следовать зарисовка о жизни конкретных пенсионеров. Хорошо, если в ней будет затронут и вопрос о том, чем обернется для этих пенсионеров новое постановление. Это может быть сделано короткой репликой героев, либо другим способом. Эссе – жанр философской, эстетической публицистики, сочетающий в себе акцентировано индивидуальную позицию автора с раскованной, порой до парадоксальности, манерой изложения, ориентированной скорее на разговорную речь.

**6) Другие жанры.** В радиожурналистской практике на выбор жанра обычно влияет не только характер собранного материала о событии или проблеме, но и возможность помещения того или иного материала в ту или иную рубрику, место материала в эфире. Необходимость "подгонки" материала под жесткие подчас условия эфира способствуют развитию жанровой эклектичности. В то же время, многие жанры, не нашедшие своей ниши в радиопрограммировании, постепенно вообще исчезают из эфира. В значительной мере это относится к сатирическим жанрам. Памфлет, фельетон на радио становятся исключительной редкостью, как, впрочем, и в газетах. И дело здесь, может быть, не только и не столько в диктате редакций, сколько в невостребованности аудиторией. Сатирические жанры были незаменимы в условиях, когда о том или ином негативном явлении социального характера нельзя было писать и говорить прямо. Возможность открытой критики всего и вся оставляет иносказательные формы за пределами интересов слушателей.

Ведущий жанр спортивной журналистики – репортаж со спортивного состязания, имеющий богатейшие традиции в отечественном радиовещании. Суть спортивного репортажа – описание непосредственно происходящего на месте события. Рассказ о происходящем спортивный репортер должен уметь дополнить другой имеющей отношение к делу информацией. Если говорить, например, о футболе – безусловно, самом рейтинговом виде спорта, – то происходящее на игровом поле дает прекрасную возможность для органичного разнообразного и осмысленного соединения двух основных элементов репортажа – описания и дополнительной информации. Слушателям мало знать, на какой половине поля в данную минуту находится мяч, кто кому его отпасовал и куда бежит такой-то полузащитник. Поскольку радиоаудитория не видит происходящего, ей надо сообщить, сколько человек на стадионе, каковы погодные условия, можно рассказать, какое место занимают команды в турнирной таблице и как скажется результат матча в последующем. В то же время "репортаж – не нанизывание статистических данных", не средство демонстрации спортивной эрудиции комментатора. Журналист обязан дать возможность слушателям сопережить все перипетии матча.

Проблема языка и стиля, пожалуй, нигде не стоит так остро, как в спортивном репортаже. Для спортивного комментатора не подходит чересчур эмоциональный язык болельщиков. В то же время опасно злоупотребление специфическим спортивным жаргоном. К сожалению, нигде клише и языковые штампы не процветают так, как в спортивных репортажах, свидетельством чему служит повседневная практика радио, телевидения и спортивных газет. Такие простые слова, как "победа", "поражение", "счет" начинают казаться пресными, и комментаторы ищут им витиеватые синонимы. Случается, кому-то удается найти удачное выражение, но коллеги тут же подхватывают его и используют до тех пор, пока оно не утратит яркости.

Если спортивный репортаж имеет большие и славные традиции в отечественной радиожурналистике, то освещение предвыборной борьбы в условиях политического плюрализма, демократии, многопартийности – новая сфера деятельности белорусских средств массовой информации. Освоение опыта общественно-правового телевидения и радиовещания развитых стран, традиций гражданского общества – один из путей достижения оптимальных результатов в этом важнейшем разделе вещания. Может быть, одна из наиболее очевидных трудностей здесь – соблюдение журналистской беспристрастности, максимальной объективности, без которых невозможны подлинно демократические выборы.

Очевидно, что при обсуждении вопроса о связи СМИ и выборов существуют три группы интересов, подчас вступающих в серьезные противоречия друг с другом: 1) стремление кандидата получить канал массовой связи с избирателями (в нашем случае, с радиослушателями); 2) интересы средств массовой информации со специфически журналистскими особенностями самовыражения; 3) интересы общественности (электората), нуждающейся в получении максимально полной информации, необходимой для участия в выборах.

Как совместить эти интересы? Могут ли чьи-то интересы превалировать, и если да, то каким образом?

Государственные СМИ освещают предвыборную кампанию в соответствии с инструкцией Центризбиркома, бесплатно предоставляя всем кандидатам одинаковое эфирное время. Независимые СМИ в принципе могут поступать в соответствии с вещательной политикой данного конкретного органа информации, однако и в этом случае следует стремиться к максимальной объективности, заботясь об авторитете и престиже станции.

Понятно, что в новостных радиопрограммах невозможно применять аптекарские весы, чтобы с математической точностью выверить равные возможности кандидатов на эфир. Если кандидат – должностное лицо высокого ранга, участвующее в официальном, обязательном или хотя бы желательном для освещения мероприятии, то такой материал нельзя считать предвыборной агитацией, хотя объективно он работает на имидж кандидата.

Известно, что радио – непревзойденное по оперативности средство информации. Некоторый недостаток аналитичности легко восполняется таким популярным элементом вещания, как обзоры печати. А если учесть, что такие обзоры нередко предлагают слушателям в вечернем и ночном эфире, сообщая о публикациях завтрашних газет, то в этом случае и фирменная оперативность радиовещания ничуть не страдает.

Задача обзора печати в том, чтобы дать всесторонний спектр мнений, привлечь внимание аудитории к наиболее важным или наиболее интересным проблемам. Основу обзора печати составляют цитаты, которые следует давать по оригинальному газетному тексту, а не в изложении. Когда речь идет о зарубежной прессе, следует указывать политическое направление газеты, поскольку не все слушатели знакомы с иностранной печатью, а отношение к сказанному существенно зависит от того, чье это мнение – коммунистов, либералов или клерикалов.

Сходный принцип построения у радиожурналов, ставших популярными где-то в начале 60-х годов. Здесь, как правило, чередуются речевые и развлекательные музыкальные материалы. В основу создания радиожурнала должен быть положен принцип долгосрочного планирования. Успех во многом зависит от выбора ведущего. Точных инструкций, как вести радиожурнал, не существует, все зависит от индивидуальности журналиста-ведущего. Однако понятно, что сколь угодно блестящий ведущий не спасет радиожурнал, "странички" которого скучны, неактуальны, слабы в профессиональном смысле.

Любой материал для радиожурнала должен обладать глубиной раскрытия темы, увлекательной композицией.

Таким образом, перед журналистом, создающим радиопрограмму, существует огромный выбор форм и методов подачи имеющегося материала. Ему необходимо выбрать не только тот, в котором он наиболее силен, но и самый оптимальный для раскрытия заданной темы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Богомолова Н. Н. Социальная психология печати, радио, телевидения. М., 1991.
2. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. – М.: Аспект Пресс, 2003. - 335 с.
3. Васильева Л.А. Делаем новости: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 117 с.
4. Время работать на радио. Современная радиожурналистика в разных жанрах. / Под ред. Е.Н. Филимоновых. – М.: Фонд независимого радиовещания, 2002. - 192 с.
5. Гаймакова Б.Д., Макарова С.К., Новикова В.И., Оссовская М.П. Мастерство эфирного выступления. – М.: Аспект-Пресс", 2004. – 283 с.
6. Горохов В. Основы журналистского мастерства. – М., 1989.
7. Гойман О. Я., Надеина Т. М. Основы речевой коммуникации. М., 1997.
8. Дэвид Рэндал. Универсальный журналист. М.: Аспект Пресс, 1998. – 58 с.
9. Кийт М. Радиостанция: Пер. с англ. А. И. Филекина. — М.: Мир, 2001. - 462 с.
10. Князев А.А. Энциклопедический словарь СМИ. – Бишкек: КРСУ, 2002. – 164 с.
11. Радио: музыкальное, новостное, общественное... / Под ред. В. А. Сухаревой, А. А. Аллахвердова. — М.: Фонд независимого радиовещания, 2001. - 224 с.
12. Радиожурналистика: Учебник / Под ред. А.А. Шереля. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2000. - 480 с.
13. Система средств массовой информации России: Учебное пособие / Под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Аспект Пресс, 2003. - 259 с.
14. Смирнов В. В. Формы вещания: Функции, типология, структура радиопрограмм. — М.: Аспект Пресс, 2002. - 203 с.
15. Цвик В.Л. Введение в журналистику: Учебное пособие. – Изд. 2-е, доп. И переработанное. – М: МНЭПУ, 2000. – 130 с.
16. Цвик В.Л. Журналист с микрофоном: Учебное пособие. – М: МНЭПУ, 2000. – 59 с.