

Галина Мельник

# Общение в журналистике

---

*секреты мастерства*

*2-е издание, переработанное*



Москва · Санкт-Петербург · Нижний Новгород · Воронеж  
Ростов-на-Дону · Екатеринбург · Самара · Новосибирск  
Киев · Харьков · Минск

2008

ББК 76.124  
УДК 159.9:070.4  
М48

**Мельник Г. С.**

М48 **Общение в журналистике: секреты мастерства.** 2-е изд., перераб. — СПб.: Питер, 2008. — 235 с.: ил.

ISBN 978-5-91180-470-1

Книга посвящена личной эффективности журналиста. В ней содержатся полезные советы, идеи и описание техник, которые можно применять в журналистской практике для установления контактов с людьми. Издание поможет начинающим журналистам развить не только умения и навыки общения с людьми как источниками информации, но и способности анализировать сложные ситуации, научит самоанализу и объективной оценке действий партнеров по коммуникации.

Книга предназначена для студентов вузов, изучающих курс «Психология журналистики», для журналистов-практиков и всех, чья сфера деятельности связана с публичной коммуникацией (специалисты по связям с общественностью, пресс-секретари и рекламисты).

ББК 76.124  
УДК 159.9:070.4

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

ISBN 978-5-91180-470-1

© ООО «Питер Пресс», 2008

# Содержание

<b>Предисловие</b> . . . . .	<b>5</b>
<b>Раздел 1. Профессиональное общение в журналистике:</b>	
<b>слушаю, слышу, понимаю</b> . . . . .	<b>7</b>
1.1. Общение — основа профессии журналиста . . . . .	7
1.2. Тактика акта общения: содержательный и психологический аспекты . . . . .	14
1.3. Первое правило — человеческий интерес и понимание . . . . .	19
1.4. Слушаю, слышу, понимаю . . . . .	25
1.5. Выбираю героя (собеседника) . . . . .	31
1.6. Разговариваем молча. Невербальное и конституционно общение . . . . .	45
1.7. Ступени общения . . . . .	58
1.8. Препятствия, мешающие общению . . . . .	60
1.9. Этика профессионального общения . . . . .	70
Примечания к разделу 1 . . . . .	75
<b>Раздел 2. Интервью — неизменный журналистский метод</b> . . . . .	<b>80</b>
2.1. Журналист — инициативная сторона . . . . .	80
2.2. Стили общения в журналистике . . . . .	93
2.3. Поведенческие стратегии в общении . . . . .	98
2.4. Способы речевого воздействия на собеседника . . . . .	110
2.5. Психотехнологии в журналистском общении . . . . .	116
2.6. Умеем ли мы задавать вопросы? Классификация типов вопросов . . . . .	121
Примечания к разделу 2 . . . . .	129
<b>Раздел 3. Электронный собеседник</b> . . . . .	<b>133</b>
3.1. Радиообщение: стратегии коммуникации . . . . .	133
3.2. Человек в кадре: феномен телеобщения . . . . .	135
3.3. Имидж — не роскошь, а средство контакта . . . . .	144
3.4. Теледебаты и телешоу: момент истины или обман? . . . . .	153
Примечания к разделу 3 . . . . .	163
<b>Раздел 4. Журналисты о своих удачах и ошибках</b> . . . . .	<b>167</b>
4.1. «Сухой остаток» беззаветного служения газете . . . . .	167
4.2. Советы «опытного волка» . . . . .	170
4.3. «Звездность» — это не главное . . . . .	176

4.4. Чего не любят PR-мены в журналистах? . . . . .	180
4.5. Кого о чем спрашивать . . . . .	182
4.6. «Не будь памятником» . . . . .	184
4.7. Розыгрыш как профессиональный урок . . . . .	185
4.8. Журналистские расследования Александра Осипова . . . . .	189
4.9. Секретное оружие Сергея Невского . . . . .	198
4.10. Журналист на «военном» объекте . . . . .	202
4.11. «Свободное ухо», или «Профессиональная жилетка» . . . . .	204
4.12. Моя первая практика в журналистике . . . . .	206
4.13. Как я о психах писал и собирал осколки иллюминатора . . . . .	207
4.14. «Слушатель всегда прав, он всегда хороший, любимый» . . . . .	209
4.15. Мир, не спасенный красотой . . . . .	211
4.16. «Коллега» . . . . .	212
4.17. Надо ли разговаривать с охраной президента . . . . .	213
<b>Заключение . . . . .</b>	<b>218</b>
<b>Приложение 1 . . . . .</b>	<b>219</b>
10 правил поведения журналистов на пресс-конференции . . . . .	219
<b>Приложение 2 . . . . .</b>	<b>219</b>
Техника безопасности работы с журналистами . . . . .	219
<b>Приложение 3 . . . . .</b>	<b>222</b>
«Защитите себя» . . . . .	222
<b>Литература . . . . .</b>	<b>229</b>

---

---

# Предисловие

---

---

Психологию общения можно назвать наукой и искусством совершенствования личности. Знание этой науки позволяет получить максимальную отдачу от профессиональной работы журналиста, приобрести навыки «совершенного» поведения, воспроизводящего стратегии достижения успеха. Психология общения охватывает не только поведение людей, но и способ мышления, процесс общения человека с самим собой и другими людьми.

Вашему вниманию предлагаются для обсуждения темы, связанные с применением принципов и техник профессионального общения, которые помогают журналисту выбрать верный путь к достижению цели.

Цель книги — помочь обрести представление о психологических процессах массовых коммуникаций, человеческой психике и ее законах, научиться «входить во внутренний мир других людей», понять механизмы «обработки людей людьми»<sup>1</sup>.

Мы рассмотрим лишь некоторые проблемы возникновения и проявления «публичной индивидуальности» журналиста как основы его имиджа, а также вопросы психологических проявлений контакта журналиста и читателя, зрителя, слушателя. При этом будем исходить из понимания, что существует постоянная психическая асимметрия взаимодействия «коммуникатор — реципиент» как следствие разности психологических структур личности передающего и воспринимающего информацию.

Заметим, что содержанием профессии журналиста является общение, контакты с другими людьми, без которых нет и творческого роста. Психологический анализ профессиональных действий журналиста возможен при наблюдении за его работой на стадиях общения с партнерами, при проведении интервью, пресс-конференций, презентаций, организации расследования, подготовке текста.

---

<sup>1</sup> Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. М., 1989. С. 15.

Надеемся, что знакомство будущих журналистов с психологическими приемами общения, несомненно, обогатит их творчество. Хотя здесь уместно замечание: не старайтесь отнестись ко всему, о чем вы узнаете из этой книги, как к истине в последней инстанции. Методики журналистского общения содержат не набор трюков и приемов, а рекомендации по стилю поведения.

В первом разделе книги речь пойдет о стилях, видах и типах и социально-психологических функциях, общих правилах и принципах общения, его структуре, ступенях, о восприятии людьми друг друга.

Во втором разделе мы дадим несколько полезных советов, идей и описание техник, которые можно применять в журналистской практике для установления контактов с людьми. Этот раздел будет посвящен личностной эффективности, способам преодоления психологических барьеров общения, выбору героя будущего произведения, умению профессионально слушать собеседника. Мы познакомим вас с поведенческими стратегиями в общении и методами воздействия на собеседника, в том числе с техниками НЛП, защитой от психологических манипуляций.

В третьем разделе рассказывается о феномене теле- и радиообщения, техниках формирования имиджа ведущего, стратегиях поведения в интерактивных передачах — телешоу и дискуссиях.

В четвертом разделе книги вас ждут советы, рекомендации известных журналистов по организации эффективного общения. Они поведают о связанных с нарушением правил общения курьезах, которые происходили в их профессиональной практике.

Надеемся, что книга вызовет интерес и будет добрым спутником каждому, кто стремится повысить свою психологическую культуру.

## *Раздел 1*

---

---

# **Профессиональное общение в журналистике: слушаю, слышу, понимаю**

---

---

Смысл общения — в его результате.

Профессиональная жизнь по своей значимости для судьбы человека и его развития как личности занимает ведущее место среди других его линий жизни. Искусство повседневного живого общения с людьми — органическая часть профессиональной квалификации журналиста. В настоящем разделе книги мы постараемся показать вам:

- как сделать журналистский стиль общения действеннее, глубже, осмысленнее, ценнее;
- как научиться слушать собеседника;
- как контролировать ситуацию общения;
- как достигать эффективного и результативного общения с людьми разных психологических типов.

### **1.1. Общение — основа профессии журналиста**

Для журналиста «творческое состояние — состояние взаимодействия с другим человеком, который становится «источником» информации» [1]. Без постоянного контакта с другими людьми нет профессионального роста. Общая коммуникативная компетентность, или просто умение общаться, является показателем социально-психологической приспособленности любого человека. Журналисту она необходима больше, чем кому-либо, поскольку это связано с общественным характером его деятельности. И тем не менее от 50 до 70 % журналистов испытывают те или иные трудности в процессе общения с людьми при интервьюировании, при работе с источниками инфор-

мации и документами, при наблюдении за ситуацией в процессе знакомства с объектом своего внимания.

«Профессиональный успех и карьера журналиста определяются динамикой его мышления, продуктивностью мысли и чувства, творческой целесообразностью поведения журналиста во всех, подчас весьма неожиданных, профессиональных ситуациях» [2], особенно в работе с людьми — героями будущих произведений.

Как творческая личность журналист проявляет свои качества на трех уровнях развития — биопсихическом, на уровне психических процессов и опыта и на системообразующем уровне [3]. На первом уровне наблюдается чувствительность нервной системы, проявляющаяся в острой впечатлительности и эмоциональности; на втором возникает чувство (эмпатия).

На системообразующем уровне (на котором происходит формирование ценностных ориентаций, мировоззрение личности) талантливых журналистов отличает гуманизм, следование духовным, эстетическим и религиозным принципам в их творчестве, жизни, общении с другими людьми [4].

Каждый человек имеет свою систему социально-психологических знаний, которые складываются из эпизодических наблюдений, обобщений услышанного и прочитанного, т. е. каждый из нас обладает определенным багажом обыденного сознания и навыком общения, коммуникативным опытом. Журналист приобретает профессиональный опыт, повседневно овладевая искусством общения, ведь большую часть своего времени он тратит на общение с героями своих будущих произведений. Журналистика — многопрофильная профессия, и каждая из специальностей — репортер, аналитик, обозреватель, ведущий ток-шоу, модератор и т. д. — имеет свои особенности, требует определенной совокупности качеств.

Журналистская деятельность развивает специфические профессиональные качества личности: общительность, быстроту реакции, умение сосредоточиться и работать в оперативных условиях, находчивость, наблюдательность, память, прагматизм, инициативность, наличие интригующего начала в журналистских способностях, умение выявить в окружающей действительности факты, которые могут заинтересовать партнеров [5]. Вместо протокольного отображения ситуации или человека от журналиста требуется подетальная разработка собственных впечатлений. Многочисленные контакты, разнообразие круга общения обогащают жизненные впечатления журналиста и делают насыщенной профессиональную биографию.



Наряду с широкой информированностью, стрессоустойчивостью, любознательностью, находчивостью, образной, метафоричной манерой говорить от журналиста, в какой бы области он ни специализировался, требуются такие качества, как коммуникабельность, умение расположить к себе собеседника, внушить доверие.

Хотя и не существует универсальных чудодейственных методов воздействия на других людей, которые подходили бы для любой ситуации общения и могли гарантировать журналисту профессиональный успех, имеется ряд психологических и педагогических принципов, которых он может придерживаться для эффективного общения.

Суть процесса общения заключается в обмене личностными установками, взглядами, впечатлениями, интеллектом, опытом, энергией участников, и «чем больше в процесс коммуникации вовлечены эмоции, память, опыт, интеллект коммуникаторов, тем эффективнее процесс общения» [6]. Полноценный процесс межличностного контакта в ситуации, когда журналист работает в режиме интервью, проходит три стадии: а) визуальный контакт; б) обмен информацией; в) взаимодействие, взаимовлияние. Для журналиста и его собеседников этот контакт и все его стадии имеют разную оценку и результативность.

Результат профессионального общения зависит от того, в какой системе — закрытой или открытой — работает журналист со своим собеседником. Открытая система предполагает высокую самооценку, позволяющую вести разговор полно, адекватно, уравновешенно, ясно и прямо, причем по правилам таким же открытым, гуманным, современным, обеспечивающим полную свободу любых обсуждений. Такое общение будет эмоциональным и плодотворным, а результат — опираться на реальное положение вещей. Если самооценка героя низкая, то общение может получиться неопределенным, неадекватным и спутанным. Если в стиле общения собеседник проявляет себя как заискивающий, обвиняющий, просчитывающий или отстраненный человек, то результат может получиться хаотичным, случайным и деструктивным. Если вы подошли к выбору героя легкомысленно, то это непременно спровоцирует дефектное общение (примеры такого дефектного общения вы найдете в разделе 4).

Журналист лучше других знает, что людям свойственно играть различные роли. Недаром говорят, что мир — театр, а люди в нем актеры. Причем людям свойственно желание казаться лучше, поэтому они создают свой имидж. В этом случае ваша задача — распознать, что истинное, а что напускное.

Человек предсказуем в целом ряде своих проявлений: ему свойственна поведенческая устойчивость, привитая нормами, однако «человек никогда не совпадает с самим собой, ему нельзя применить формулу тождества  $A + A$ » [7]. Он может оказаться лучше или хуже образа, который презентует публике.

При оценке людей журналисту важно понимать, какому виду сценария они следуют в жизни, видеть систему их потребностей, иметь представления о структуре мотиваций и ценностных ориентациях.

Восприятие журналистом других людей базируется на поиске впечатлений, которые отражают основные характеристики личности. Часто самым прочным оказывается наше первое впечатление. Оно почти всегда означает, что вы относите воспринимаемое лицо к одной из групп людей в тех классификациях типов, которые у вас уже сложились. При последующем познании этого человека мы раскрываем в нем своеобразные черты, присущие только этой личности. Индивидуальные качества человека (его *приватная индивидуальность*) воплощают конкретные целостные представления окружающих о нем (*публичная индивидуальность*). Причину поведения того или иного человека мы видим либо в его внутренних склонностях, либо в элементах ситуации, в которой он оказался.

Журналист старается определить, является ли конкретное поведение постоянным или случайным, однотипно или различно оно в сходных условиях; выделяет тип поведения — дружеский, любовный, агрессивный. При этом обращает внимание на то, какой образ действий демонстрирует этот человек.

В познавательной деятельности журналиста присутствует как важный компонент понимание самого себя и себе подобных в различных ситуациях межличностных отношений и психических состояний. При этом мотивы поведения журналиста, его функциональные обязанности должны восприниматься им не как арена для самоутверждения, а как приглашение к самосовершенствованию во взаимодействии с людьми разных профессий, статусов, возраста, пола, интересов. Повседневное общение с различными людьми многому учит, увеличивает эффективность общения. Нарастает потенциал понимания других людей, вырабатываются навыки снятия напряжения и отрабатываются способы принятия другого человека, увеличиваются уровни контроля над ситуацией и влияние на ее исход.

Коммуникативная компетентность предполагает адекватность в любой ситуации. Однако деятельность пишущего человека связана с риском, неопределенным исходом и возможностью непредвиден-

ных последствий контактов с людьми. При взаимном реагировании и восприятии журналист, пытающийся изменить поведение другого, всегда должен помнить, что объект реагирует не только на методы и способы, но и на него самого как на личность. Вопрос об отклонениях, допускаемых социальными (личностными и ролевыми) нормами, очень важен. Естественно, что ожидания и требования одного человека к другому или к группе, их взаимопонимание имеют определенные рамки и пределы. Поэтому здесь важно приспособление к партнерам с учетом их установок и ценностей, особенностей характеров, конкретных ситуаций и т. д.

Успех и результаты общения зависят от многих факторов. Для достижения целей общения каждый использует свою наработанную систему средств — речь, интонацию, акценты, стиль выражения мысли, вербальные и невербальные средства (поза, внешность, организация предметной среды) и добивается при этом разной степени успеха.

Знание журналистом общих закономерностей — ключ к пониманию других. Понимание психологии людей, относящихся к определенному типу, делает процесс общения более легким. Адекватность восприятия другого зависит от многих психологических качеств журналиста. В первую очередь связанных с его восприимчивостью, которая может быть выражена искренней любознательностью, вниманием к другим, способностью к аналитическому анализу ситуаций и отношений. Во вторую очередь адекватность восприятия обеспечивается реактивностью, т. е. подвижностью эмоций журналиста, их многообразием. Впечатлительность, искренний интерес к другому, способность к сочувствию и сопереживанию нередко делают успешной профессию журналиста. Более того, становится необходимым сам психологический повседневный тренинг общения с разными людьми. Это требует определенного состояния души.

### **Журналист «Российской газеты» Игорь Свинарченко вспоминает:**

В бытность мою большим начальником в одном солидном издательском доме («Коммерсантъ») меня ужасало, что я с утра до вечера все время суетился, принимал людей, отвечал на звонки, куда-то ехал, давал команды, подписывал кипы документов... Потом смотришь — прошел день, наступила ночь, я смертельно устал. А что сделал? Ничего! Бумажки — из кабинета в кабинет, деньги — из сейфа в сейф... Я понял, что с этой руководящей высоты я вижу большие проблемы, но люди оттуда не видны. Их вообще как бы нет. У меня была тоска оттого, что я не вижу деталей человеческих, выражения лица, интонации голоса. И я сказал: «Нет, не надо! Мне хочется

обратно, к людям». Я вернулся. Многим это показалось странным, люди думали, что меня выгнали [8].

В процессе журналистского творчества вырабатывается особая эмоциональная природа чувствительности к психическим состояниям других, их стремлениям, ценностям и целям. Эффективность журналистского труда напрямую зависит от **эмпатии** — способности сочувствия, эмоционального отклика на переживания другого. В эмпатической способности лежат истоки морального развития личности журналиста, которое является условием профессиональной деятельности.

Психологической предпосылкой эмпатии является способность как бы входить в состояние другого и постигать причинно-следственные связи в его проявлении. Важным фактором эмпатии является развитая система подсознательного мышления, которую понимают как способность оперировать неполной информацией, соединять разные информативные потоки и признаки, освободиться от шаблонов и избегать предвзятых суждений.

Существуют различные способы постижения другого человека. *Рациональный уровень* достигается с помощью системы логического выявления и оценки причины, мотивов и следствия поведения другого человека. *Эмоциональное постижение* зависит от эмоциональных ассоциаций и идентификации с собеседником. *Интуитивный уровень* означает предвосхищение самопроявлений человека, их угадывание. Выбор адекватного средства реагирования или воздействия на собеседника зависит от умения на всех уровнях фиксировать особенности другого человека.

В профессиональном общении роли участников разные: журналист, как правило, субъект исследования, а его собеседник — объект. Задача журналиста в каждом акте общения иметь алгоритмы ведения беседы, типичные матрицы, чтобы не терять времени на продумывание дальнейших шагов. Нужно понимать, что журналист часто работает в экстремальных условиях, вызванных необходимостью оперативно собрать материал и распространить информацию раньше других коллег, при этом не исказив суть полученных от респондентов фактов и данных. Технологии получения сведений должны быть отточены и давать минимальные сбои. Но человек, с которым имеет дело журналист, материал тонкий, работать с ним нужно максимально осторожно и бережно. Это требует умственных и эмоциональных затрат.

«Общаясь с собеседником, журналист ориентируется в его поведении, поскольку он как бы «читает» его, т. е. расшифровывает значе-

ние его внешних данных и раскрывает смысл получающегося таким образом текста в контексте, который имеет свой внутренний психологический план. Это «чтение» протекает бегло, поскольку в процессе общения с окружающими у журналиста вырабатывается более или менее автоматически функционирующий психологический подтекст и отношение к поведению людей, с которыми он общается» [9]. Для журналиста подобное «чтение» выступает как профессиональное требование, следовательно, эти навыки должны совершенствоваться.

В поведении людей важно подмечать типическое. Это облегчает ориентацию, а журналист, подмечая индивидуальные особенности, сможет уточнить тактику отношения с собеседником. Например, видеть перед собой авторитетного руководителя, или неудачника, или эгоиста. Эти качества реализуются всегда индивидуально. У авторитарной личности могут обнаружиться особенные черты, например склонность к фаворитизму, перекладыванию ответственности на подчиненных. Эгоист может быть общительным, а может быть замкнутым, ожесточенным, недоверчивым, способным на месть и т. д.

Нельзя забывать, что человек принадлежит к определенной **группе**, поэтому его поведение несет на себе отпечаток тех принципов и норм поведения, которые характерны для этой группы. Но человек может оказаться хуже или лучше группы. Правильная оценка партнера возможна лишь при отвлечении от стереотипов. Но и в этом случае свою (даже многогранную) оценку, очевидно, нельзя считать догмой.

Общение редко бывает *бескорыстным*. Приоритетной целью журналиста является получение максимума информации. Однако любое общение должно приносить пользу всем участникам межличностного общения, означающего взаимное (с обеих сторон) вложение усилий, выраженное в направленных друг на друга действиях (воздействие). Общение означает восстановление связи, движение навстречу, взаимоперетекание.

Как видим, профессия требует от журналиста совершенствования целой системы качеств, необходимых для эффективного общения. Прежде всего это **направленность на других**, т. е. возможность проникнуть в систему ценностей человека. Далеко не последнюю роль играют определенные **характеристики интеллекта**, а также воспитанность и организация эмоциональной сферы.

Предвидение поведения, анализ и постижение других, развитая **способность «входить в положение»** являются составной частью психологической культуры журналиста.

Ряд качеств связан с особенностями мышления, **объемом внимания**, необходимого, чтобы выслушать собеседника. Потребуется и определенные свойства восприятия — наблюдательность, способность различать мельчайшие колебания в настроении, видеть существенное в личности. Журналист должен обладать тренированной памятью, помогающей помнить лица, а также привычки и другие детали и подробности, характеризующие данную личность, в том числе факторы, которые могут раздражать или успокаивать человека. Трудно обойтись и без воображения. Зримое представление ситуации общения способствует лучшей подготовленности (выстраивается алгоритм предстоящей беседы — образуется логическая цепь из фактов, мнений, оценок, представлений о предмете беседы).

## 1.2. Тактика акта общения: содержательный и психологический аспекты

На всем протяжении акта общения журналист мысленно осуществляет контроль над темой, т. е. следит за ее релевантностью: старается не допускать значительных отклонений от генеральной темы, от принятой концепции ведения диалога; следит за причинно-следственными связями информации, которую ему сообщает собеседник. Контролирует полноту получения информации, логику изложения, а также отслеживает ошибки в повествовании, описании, рассуждении, искажение фактов.

Забываясь о содержании беседы, важно придерживаться правил, необходимых для успешного взаимопонимания, которые можно выразить в следующих показателях.

*Информированность.* Информация должна быть общеизвестна и представлять интерес для публики.

*Полнота описания.* Необходимо выявлять главное в любой информации.

*Точность.* Информация должна быть понятна и передана в одном контексте.

*Детерминизм.* При передаче информации нужно сохранять причинно-следственные связи.

*Общая память.* Обе стороны должны иметь набор общих знаний о мире.

*Прогностические способности.* Обе стороны должны иметь общие представления о будущем развитии ситуации. *Истинность.* Все сообщения должны соответствовать реально существующим явлениям.

*Релевантность.* Сообщение не должно прерываться отклонениями от темы.

*Ясность.* Сообщение должно быть однозначно и ясно понимаемо.

*Мотивированность* [10]. Желательно, чтобы передаваемая информация сопровождалась оценкой говорящего и пояснением мотива передачи этой информации.

Но даже при выполнении всех этих условий рассчитывать на эффективность можно, лишь обеспечив психологическую сторону общения, рождающую взаимопонимание.

Психологические факторы общения включают контекст, культурный фон (язык, традиции, нормы), определяющие форму общения. Течение и исход разговора могут быть predeterminedены уровнем общения — макросоциальным (включает общезначимые нормы) и микросоциальным (учитывает стандартные ситуации — интервью, пресс-конференция, официальные переговоры). Влечение человек испытывает к людям, похожим на него, сходным с ним по социальному происхождению, интересам и взглядам.

Каждому акту общения предшествуют **мотивы** — осознанные и неосознанные. Это могут быть духовные устремления — удовлетворение в самовыражении, познании, игра интеллекта, эстетическое наслаждение от созерцания партнера, к которому испытываешь симпатию. Мотивом может стать стремление исправить или изменить ситуацию, кого-то наказать, просветить и т. д. Часто это бывает желание популярности. Журналист заботится о поддержании мотива общения.

Следует иметь в виду, что мотивы носят двоякий характер. С одной стороны, они выражают боль, с другой — удовлетворение. О мотивах можно догадываться по поступкам, именно они являются катализатором внутреннего напряжения и мотивации. «Прислушайтесь внимательно к человеку, вы услышите внутренним ухом, вокруг каких психологических потребностей сосредоточена его речь» [11]. Человеку должны быть ясны цель и причина беседы. Журналист обязан объяснить собеседнику, что потребуется от него в роли интервьюируемого, и оговорить до начала беседы продолжительность, степень сложности вопросов, компетентность и т. д. По возможности постараться сделать понятными свои мотивы. Это тем более важно, что человек еще не успел войти в роль, беспокоится и нервничает. Сформировать образ-представление участников общения друг о друге и журналисте,

дать осознать свою роль, снять предубеждения — вот комплекс задач, которые решает журналист, чтобы обеспечить мотивированность общения. Наиболее сильный мотив журналиста — серьезность его намерений. Профессионал заботится об обеспечении ясных правил, чтобы игра не велась вслепую.

Здесь уместен совет П. Томсона: если хотите установить контакт с каким-либо человеком, убедитесь в том, что сможете удовлетворить его потребности, в то время как он насытит ваши, чтобы сотрудничество строилось на принципе «твоя победа — моя победа» [12]. Основные психологические потребности, которые базируются на мотивах, можно свести к следующему.

- Сила личности.
- Собственная значимость.
- Любознательность.
- Эмоциональная безопасность.
- Принадлежность к группе.
- Любовь, желание быть любимым.
- Признательность.
- Одобрение со стороны референтной группы.
- Возможность творить.
- Свобода и неприкосновенность частной жизни.
- Материальное благополучие.
- Высокая самооценка.
- Самоуважение.
- Успех [13].

Польский психолог Ежи Мелибруда отмечает три необходимых качества, способствующих общению: первое — это так называемая надежность говорящего, второе — понятность его сообщения, третье — учет обратных связей относительно того, насколько правильно он понят [14].

Понимая **психологическую мотивацию общения**, журналист способен усилить, облегчить контакт и свести к минимуму действие препятствующих факторов. С этой целью в процессе общения он последовательно разыгрывает сценарии, гибко используя нормы отношений.

Профессиональный журналист всегда помнит о таких помощниках общения, как:

- стремление к выполнению ожиданий;
- потребность в познании и одобрении;
- альтруистические мотивы;



- потребность в понимании и сочувствии;
- приобретение нового опыта;
- катарсис (очищение) [15].

Понимая *психологическую мотивацию общения*, журналист способен усилить, облегчить контакт и свести к минимуму действие препятствующих факторов. С этой целью в процессе общения он последовательно разыгрывает сценарии, гибко используя нормы отношений.

К. Роджерс определил ряд качеств, или характеристик, психологической атмосферы, которая помогает журналисту добиться установления контакта.

1. Теплота и отзывчивость со стороны интервьюера, выражающаяся в интересе к респонденту и в приятии его как личности.
2. Позволение выражать свои чувства.
3. Свобода от любого типа давления или принуждения (нужно избегать навязывать свое мнение) [16].

Каждая конкретная беседа характеризуется собственной тональностью, имеет собственную тактику. Успех встречи с героем будущего произведения и беседы зависит от условий ее проведения. Если она проводится с целью создания интервью, то учитывается тип интервью, расчетная аудитория, а также тип личности собеседника.

Какова же исходная точка любого общения? У людей, только собирающихся вступить в общение друг с другом, имеется конкретное основание для «опережающей коммуникации». Это относится не к языковой общности, а к нормативно-ценностной системе того общества, в котором протекает их жизнедеятельность. Журналист всегда ожидает от своего будущего собеседника каких-то действий, поступков, проявления характера, взвешивает предпосылки общения. За годы работы в журналистике у корреспондента накапливаются своеобразные комплексы ожиданий относительно определенных типов людей.

Готовясь к встрече, журналист предвосхищает нормы, которых может придерживаться в своем поведении его будущий собеседник, ценности, которым он подчиняет свои жизненные цели и задачи. Дар проигрывания психологической ситуации — думать о том, насколько охотно собеседник вступит в диалог, от каких факторов это зависит. Если известно, кто твой собеседник (его профессия, возраст, интересы, какие социальные роли исполняет), уже в первом приближении можно мысленно спрогнозировать направление, которое может принять диалог с ним. У опытного журналиста в голове обязательно всплыва-

ют ассоциированные с этой ролью нормы поведения и ценностные ориентации. Он примерно представляет себе, что можно ожидать от актера, политика, педагога, ведь наше восприятие зависит от того, как мы классифицируем людей (по принадлежности к какой-то группе, социально-экономическому классу, физическим характеристикам — пол, возраст, цвет кожи).

Встречи с привычными типами людей помогают нам быстро считывать ситуацию и выбирать необходимый алгоритм общения. Устанавливая контакт с людьми, мы заранее знаем, чего от них можно ожидать. Однако нередко **стереотипы** порождают у нас слишком условное и упрощенное представление о других.

Всякая предубежденность, предвзятость может мешать объективности. Нам жаль расставаться с придуманным ходом, намеченным планом, языковыми находками, если собеседник разрушает наши представления о нем, если моделирует ситуацию, не совпадающую с нашим «сценарным» планом. Что делать, приходится преодолевать и внутреннее сопротивление. **Опираясь на стереотипы, мы упускаем свою выгоду от познания и раскрытия личности.** Если журналист жестко гнет свою линию, то поступает не гибко, и он, скорее всего, обречен на неудачу, даже если это профессионал.

В «Комсомольской правде» было опубликовано интервью Татьяны Петровой с актером Вячеславом Царевым, сыгравшим в детстве в популярном фильме «Добро пожаловать, или Посторонним вход запрещен» придурковатого пионера. Интервью было опубликовано под рубрикой «Герои вчерашних дней», предназначенной для того, чтобы воскресить в памяти читателей забытых героев. Подробно рассказав об убогом жилье актера, журналистка начала свое общение с шокирующей реплики: *«Долго жить будете, Вячеслав Валентинович! Ходили слухи, Царев стился и умер»*. Вопрос содержал интригу и должен был продемонстрировать журналистскую осведомленность. На протяжении всего интервью герой проявлял безмерную доброжелательность, явное желание сочувствия и понимания позволили ему остаться непринужденно-веселым (он лишь удивился, а потом засмеялся в ответ на подобное заявление). Однако журналистка не успокаивалась и настойчиво продолжала тему: *«Выпить-то, наверное, любите?», «Сильно пьете?», «В запои не уходите?»*. Видимо, ее основная цель была показать «неправильный» образ жизни героя и осудить его. Вопросы следовали один за другим. Вызвать раздражение и пристыдить не получилось — помешала наивность и искренняя доброта героя. Журналистка так и не смогла спровоцировать собеседника на резкие выпады. Стоило бы смириться с тем, что герой лучше, чем о нем думали.

Наблюдение помогает непосредственно воспринимать и фиксировать нюансы настроения. Искажение восприятия событий тем больше, чем сильнее наблюдатель ориентирован на подтверждение своей гипотезы. Если воспринимать другого в определенной ситуации избирательно, то можно пропустить часть происходящего, а она может оказаться важной (нужно учитывать, что длительное наблюдение приводит к усталости).

**Компетентность в общении** во многом определяет возможности человека в установлении и поддержании контактов, способности адекватного понимания других и себя, прогнозировании поведения и деятельности людей. Без навыков и умений эффективного общения невозможны быстрая ориентация в суждениях и понимании точки зрения партнера, решение коммуникативных задач в процессе совместной деятельности, разрешение проблемных ситуаций.

### 1.3. Первое правило — человеческий интерес и понимание

Первое правило профессионального общения — человеческий интерес. На полюсах систем «Я — Ты», «Я — Он» возникает гамма отношений [17], к которым нужно относиться максимально чутко, чтобы не разрушить атмосферу доверия.

Умение строить вербальные или речевые коммуникации по законам человеческого (гуманитарного) общения делают процесс интервью более продуктивным. Знание интервьюером социальных и культурных кодов позволяет хорошо ориентироваться в обстановке, расшифровывать знаки-символы, несущие функциональные выражения, экспрессию, репрезентирующие содержание.

Во взаимоотношениях общающихся важную роль играет **установка** — психологическая готовность реагировать на партнеров привычным образом, что обусловлено прошлым опытом, переживаниями и оценками их сущности, суждений и поведения. Благодаря действию таких установок человек экономит свои психологические ресурсы, поскольку в процессе взаимодействия с окружающими вступают в силу наработанные шаблоны распознавания их типов и построения их отношений. От правильного выбора установки зависит верное распознавание партнера по общению и его собеседника. Содержание коммуникации зависит от организованного поля стимулов, состоящих

из знаков и символов, которые используются партнерами в общении. Поле должно обладать свойствами восприимчивости.

Жесткое стремление к достижению цели без установления контакта — ошибка. Эмоциональный контакт вызывает доверие и свидетельствует об открытости человека. Желая наладить контакт показывает взглядом, осанкой, жестами, что он дружелюбно относится к собеседнику. Но и этого оказывается недостаточно. Важно искреннее понимание партнера. Главное в эффективном общении — некая общая база, которая закладывается уже с первых фраз, таких как киплинговская: «Мы одной крови — ты и я» или российское: «Я тебя уважаю» [18].

Журналист Борис Дедюхин, работая над заметками «Сердца сокрушенные» о современных русских монастырях, столкнулся с трудностями в общении с монахами. Им двигало стремление понять этот закрытый мир. Журналист не скрывает трудностей на этом пути. Даже наоборот: постоянно признается в них, и такой незамысловатый на первый взгляд ход становится ключевым в его повествовании. «Я слушаю и молчу, боясь выказать раздражение — на самого себя, на свою бестолковость». Журналист вынужден признаться, что разговор с монахами и монахинями порой был похож на общение иностранцев: «...ни я их не понимал, ни они меня. Можно только удивляться, как далеко в стороны способна развести жизнь, если мы, русские люди, по-разному думаем и чувствуем, даже тогда, когда речь идет об очень ясных, казалось бы, вещах». Но доброе намерение понять другого, терпение и такт, проявляемый с обеих сторон, позволили автору заметок приблизиться к людям. «Надо понять», — говорит одна из монахинь. «Надо понять!» — повторяет за ней журналист. И потому, что им двигало одно желание — понять, он сумел расслышать слова матери игуменьи. «Затвор — не тюрьма, не отгораживание от мира... Дело вот как обстоит: уходя из мира, покидая общество людей, монах всю жизнь без остатка посвящает делу служения этим людям».

И вот «келья моя больше мне не кажется убогой»; а самое главное — все, с кем встречался журналист, будто бы приблизились к нему, из чуждых и недоступных сделались живыми и близкими [19].

Для сравнения обратимся к интервью с игуменом Валаамской обители — отцом Панкратием, посвященному этой же теме и опубликованному накануне праздника — дня чудотворца Сергия [20]. Скорее удовлетворяя праздное любопытство, чем постигая истинную суть мира современных монастырей, журналист Н. Зятьков задает светские вопросы: «*Насколько допустим церковный бизнес?*», «*Почему церковная элита ездит на мерседесах?*», «*Зачем столько драгоценностей в убранствах и облачениях?*», «*В каком положении оказывается Церковь, когда получает из рук мошенников “грязные” деньги?*». На механически заданные вопросы он получает столь же механические ответы-отговорки. Интервью слишком техноло-

гично, чтобы затронуть эмоциональную сферу читателя. Вряд ли у читателя останется в памяти «свет» от такого общения журналиста со своим собеседником. Прочел и забыл. Вопросы только выглядят острыми, но в них нет истинной страсти, за ними не видно настоящей душевной работы журналиста. Цель интервью — не понять мир верующих, а выудить сенсационные моменты. Журналист демонстрирует отчужденность и не выражает свое аффективно-эмоциональное отношение к объекту понимания, в данном случае к отцу Панкратию.

Можно не разделять взгляды человека, не соглашаться с его установками, но нельзя не уважать его как собеседника. Часто журналисты занимают контрапозицию и с «высоты» своего положения выносят оценки.

Понятно, если человек вам антипатичен, вызывает у вас раздражение, отрицательные эмоции, то никакого чувства понимания не может быть. Но в данном контексте журналист проявляет полное равнодушие к собеседнику, лишь озвучивая вопросы, подготовленные заранее. Этим зачастую грешат современные журналисты.

Проблема понимания является сегодня в науке психологии едва ли не главной. Крупные мыслители (Хайдеггер, Гадамер, Рикер и др.) считают, что понимание — это вообще главное, что нужно человеку в мире. Понимание всегда оказывается чем-то большим, чем акт познания, это всегда «бытийное реагирование», а при переходе из познавательного анализа в сущностное понимание открываются новые, не ведомые до сих пор психологам грани.

Сами слова «понимание» и «взаимопонимание» для людей разного пола имеют совсем разный смысл. Когда мужчин спрашивают, что значит понять другого, то они прибегают к категориям знания или компетенции. Это значит, что, по мнению мужчин, понимать другого — это хорошо знать его или думать, как он, иметь общие интересы. Для женщин на первом плане не знание и компетенция, а все та же эмпатийная сторона. Понять другого человека для них — значит почувствовать его, хорошо к нему относиться и т. п. Но сама направленность в определениях мужчин и женщин говорит о том, что женщины больше ориентированы на межличностные отношения, а мужчины — на предметный мир и взаимоотношения с ним. Поэтому мужчины больше интересуются спортом, политикой и т. д., а женщин больше привлекают люди (согласно результатам исследований, которые в основном почему-то проводятся женщинами-психологами).

Обычно человек понимает только то, что соответствует его внутренним установкам, прогнозам, гипотезам. В случае если что-то не соответствует его ожиданиям, то обычно первой реакцией бывает непони-

мание. Подчеркнем: наличие эмпатии играет главную роль в возникновении чувства понимания, но это не более чем чувство понимания.

Психика человека устроена таким образом, что существует что-то вроде принципа экономии психической энергии. Мы ориентируемся на наиболее правдоподобные события. Чем необычнее, неожиданнее событие, тем больше требуется усилий, чтобы понять его, и если мы ждем от человека одного, а он говорит совсем на другую тему, мы не сразу понимаем его.

Например, легче понять людей предсказуемых, оправдывающих ваши ожидания. С непредсказуемыми общение затруднено. Невозможно усвоить все техники общения с неординарными людьми.

Люди склонны лгать. Расхожей стала фраза, некогда оброненная поэтом Ф. И. Тютчевым: «Мысль изреченная есть ложь». Возникает сложность — проблема понимания или взаимопонимания. Если последнюю рассматривать как систему, то вполне допустимо, что *данная проблема не может быть разрешена средствами одной только психотерапии*. Для разрешения проблемы необходимо сделать следующий шаг и выйти за пределы этой системы [21].

Журналист и его партнер по общению переживали разный опыт. Сущность метода, который предлагает психолог Э. Цветков для глубокого понимания человеческих интересов и мотивов, — *техника расслаивания*, при которой отделяются обозначения переживания от самого переживания. Недостаточно, чтобы кто-то сказал, что его мучил в тот момент страх, нужно добиться того, чтобы он обозначил его другими словами, эпитетами, метафорами, тогда можно заметить процесс внутренней трансформации. Это означает, что человек подошел к своему истинному переживанию. Зачастую так и бывает — первое описание не соответствует изначальному переживанию и представляет собой лишь попытку квалифицировать свое состояние [22]. Журналист должен быть дотошным и настойчивым в своем желании раскусить собеседника, но при этом не казаться ему слишком навязчивым.

**Основная часть акта общения** — активное слушание, подбадривание, стимулирование, «отраженное эхо». Российские психологи С. А. Дерябо, В. А. Ясвин в своей книге «Гроссмейстер общения» замечают: «Чтобы с самого начала знакомства или беседы расположить к себе собеседника, нужно дать ему как минимум три психологических “плюса”... Существует, конечно, множество возможных “плюсов”, но наиболее универсальные из них: комплимент, улыбка, имя

собеседника и поднятие его значительности» [23]. Однако не нужно понимать это буквально.

В процессе общения можно значительно увеличить степень контакта со своим собеседником, если суметь к нему подстроиться. Подсказку можно найти в словах, которыми он пользуется. Точнее подстроиться к собеседнику поможет ваше наблюдение, если вы заметите, каким сенсорным каналам человек отдает предпочтение (визуальному, аудиальному или кинестетическому).

*Визуальные:* я вижу, чего вы добиваетесь, смотрю и глазам не верю, это выглядит безупречно, на мой взгляд, это... наблюдать за вами приятно... не повышайте голос...

*Аудиальные:* заявляю вам... неслышанный интерес к... идея созвучна...

*Кинестетические:* ухватить идею, тяжелый след оставил, жесткая манера [24].

Внимательно слушая собеседника, легко определить предпочтения по употребляемым словам и терминам. Выделяют даже внешние особенности людей с разными репрезентативными системами. Статистика показывает, что 60 % людей — визуалы, 35 % — кинестетики и 1 % — аудиалы [25].

**Подстройки.** Если вы максимально похожи на собеседника — внешне или манерой говорить, то он склонен отождествлять вас с собой, бывает, начинает верить вам как самому себе. Используйте этот психологический механизм — сделайте свои поведение и речь (манеру и содержание) похожими на его; если он говорит эмоционально, то постарайтесь соответствовать; если речь его спокойна — и вы говорите спокойно; если он склонен к общению с юмором, позвольте и себе пошутить.

Вспомним, как умело подстраивался к людям известный гоголевский персонаж — Чичиков: с Коробочкой он такой же «дубинноголовый», с Маниловым — слащавый и сентиментальный, с Ноздревым — стремительный и энергичный, с Собакевичем — обстоятельный и деловитый. Недаром все принимали Чичикова за своего. Легкое лицедейство журналисту не помешает, однако тут важно не «заиграться». За вами также наблюдают и также оценивают. Обезьянничанья вам не простят.

Вот пример подстройки:

Мы пили кофе «Паулинг» из разных кружек — Парфенова из зеленой, я из синей. Катали по столу цветные карандаши, листали модные журналы и болтали [26].

Особый вид контакта — **присоединение**. Мы обращаемся во множественном числе: «коллеги», «земляки», «мужики», «девочки», что прочитывается теми, к кому обращаемся, как «ты такой же, как я». Нередко сами люди не замечают, как подстраиваются к другому, ищут подход. С момента установления контакта между людьми складывается пространство взаимодействия, в котором участвующие в общении стараются взять инициативу, либо передать ее добровольно, либо, не желая этого, теряют ее.

В диалоге каждая сторона может занимать одну из трех позиций, описанных в книге Д. Федосеева «Основы практической психологии» [27].

1. **Пристройка сбоку**: партнеры находятся в разных условиях, взаимно нуждаются друг в друге, в этом случае возможно плодотворное сотрудничество.
2. **Пристройка снизу**: первый партнер находится в роли просящего, он очень нуждается в том, чтобы склонить второго партнера на свою сторону, но не уверен в том, что он может в ответ принести значительную пользу их союзу.
3. **Пристройка сверху**: первый партнер считает, что именно он является более значимым во взаимоотношениях и что не собирается предпринимать значительных усилий по налаживанию сотрудничества, также думает, что второй партнер может принести ему значительную пользу. Человек, находящийся в этой позиции, отличается амбициозностью, высокомерием, его выдают изредка проскальзывающие ироничные насмешки.

Хороший способ присоединения предлагают О. Коннер и Д. Сеймор: не использовать слово «но», а заменять его союзом «и». «Но» может быть деструктивным словом. Оно подразумевает, что вы слышите то, что вам говорят <...> но... имеете ряд возражений, которые не принимают в расчет. «И» безобидно. Оно просто добавляет и расширяет то, что уже сказано» [28].

Присоединение часто используется журналистами. Сначала журналист вторит сложившимся в обществе мнениям, а потом видоизменяет их и подводит собеседника и публику к своим выводам.

Понимание содержания акта общения зависит от физического окружения, **мизансцен**, атрибутов, в которых проходит действие.

Приведем пример. Психологи, разбирая телевизионный диалог двух журналистов, Александра Невзорова и Андрея Караулова, пришли к выводу,



что последний провалил интервью из-за того, что недостаточно подготовил атрибуты и не позаботился о мизансцене.

Караулов невыгодно расположен в кадре. Кажется, он сидит ниже, Невзоров нависает над ним массивной кожаной скульптурой. У Невзорова поза естественна, локти свободно и устойчиво покоятся на плоскости стола, время от времени он запускает пальцы в пачку «Мальборо», небрежно чиркает и отбрасывает спички, прикрывая глаза: в актерской технике это — знак превосходства.

Караулов ежится на значительном расстоянии, сидит откинувшись, боком, пальцы обхватили чело (поза усталого декадента). Теледиалог не был подготовлен — вопросы, речь, мимика, позы, жесты были спонтанны. Выигрывал Невзоров, который был лаконичен, театрален, играл паузами, причем с удовольствием предавался этой игре [29].

Глубоко понять человека, который вошел с вами в контакт, поможет умение слушать и слышать то, что говорит ваш собеседник.

## 1.4. Слушаю, слышу, понимаю

Умение слушать не прирожденный дар, а следствие высокоразвитого интеллекта, культуры чувств.

*В. М. Горохов*

Хороший журналист — хороший коммуникатор. Хороший коммуникатор — хороший психотерапевт. Часто партнер по общению обеспокоен своей проблемой, испытывает чувство неуверенности, боится произвести плохое впечатление (например, показаться глупым или нелепым), оказаться непонятым. Мастер общения, в роли которого выступает конкретный журналист, помогает ему справиться с внутренним напряжением, изменить поведение, раскрыть внутренние ресурсы, по-новому взглянуть на привычные вещи. Процесс слушания подразумевает «гораздо более тонкий мыслительный процесс, чем просто умение слышать. Он требует определенной дисциплины и “затраты энергии”» [30], сосредоточенности на собеседнике. В повседневном общении большинство людей не умеют проявить искренний интерес к партнеру по общению. Нам от партнера требуется что-то материальное («дайте», «помогите», «посоветуйте») либо нечто осязаемое. Но и профессиональная беседа тоже не бескорыстна. Корысть собеседника в том, чтобы его правильно поняли. Для этого нужно **правильно слушать**. Каковы условия эффективного слушания?

Если свести все рекомендации психологов воедино, получится небольшой перечень правил, способствующих правильному слушанию:

- не притворяйтесь, будто слушаете;
- ни в коем случае не перебивайте собеседника, если у вас есть время с ним поговорить;
- не старайтесь говорить за собеседника;
- излишняя чувствительность к эмоциям собеседника может заслонить смысл беседы;
- при беседе с другим человеком нужно выбросить из головы посторонние мысли;
- в процессе слушания необходимо анализировать скрытую в речи собеседника информацию, причины, толкнувшие его на разговор (почему он это говорит? почему он говорит это мне? что он хочет этим сказать? что в действительности он чувствует?);
- пока говорит собеседник, нельзя обдумывать контраргументы, это вполне можно сделать в паузах, поскольку скорость мышления примерно в 4 раза больше скорости речи;
- нужно стараться преодолевать желание сменить тему, особенно если разговор не из приятных (иначе время для того, чтобы расставить все точки над «i», будет потеряно, и ваши деловые отношения с этим человеком могут быть испорчены навсегда, тогда как причина разлада может быть эфемерной — плохой слух, неверно интерпретированные жесты и слова);
- сконцентрируйте свое внимание на сущности разговора.

Все это работает на «поощряющее» отношение к говорящему, придает ему чувство уверенности в себе. Но важно не только внимательно слушать, но и показывать это: «саморазъясняться» и передавать партнеру определенную интерпретацию собственной личности. Можно несколькими способами дать понять, что вы слушаете собеседника. Во-первых, повернуться к собеседнику лицом (а не стоять или сидеть к нему боком, ибо это признак незаинтересованности); если же вы сидите, то не стоит сидеть развалиясь (это признак неуважения), лучше сесть прямо. Во-вторых, лучше принять открытую позу, при которой руки и ноги не скрещены. В-третьих, собеседника следует поддерживать взглядом, т. е. смотреть на него, однако не слишком пристально. Вообще же о человеке, который не избегает смотреть в глаза своему собеседнику, складывается более благоприятное впечатление. Только при этом нужно помнить, что слишком долгий взгляд в глаза может

быть воспринят вашим собеседником превратно — не как интерес к разговору, а как личный интерес к его персоне, навязчивость или враждебность.

Психологи выделяют три уровня слушания — сопереживающее, слушание с внешним отключением и предвзятое слушание [31]. Но стоит ли говорить о том, что для журналиста крайне необходимо умение слушать на первом уровне — понимая намерения и чувства говорящего. Наблюдая за телевизионными ведущими, мы иногда замечаем их высокомерно-предвзятое отношение к собеседникам.

В практике журналистики наблюдаются два *вида* слушания — нерефлексивное и рефлексивное.

**Нерефлексивное слушание** представляет собой первый этап овладения техникой слушания, т. е. внимательное молчание без вмешательства в речь собеседника или с минимальным вмешательством. Нельзя прерывать или сбивать с мысли. В то же время нужно способствовать тому, чтобы он высказался как можно полнее, показывая ему, что его слушают и понимают, но делать это максимально нейтрально — кивком головы, междометиями, короткими позитивными репликами («Да-да, я понимаю»). Нерефлексивное слушание очень часто является единственным, что необходимо собеседнику, поскольку каждый хочет быть, прежде всего, услышанным. Это подтверждает такой пример.

Участников одного эксперимента попросили записать на магнитофон свою речь на любую тему. За это им предложили оплату, которая зависела от длительности речи. Некоторые участники проговорили несколько дней подряд. Почувствовав себя лучше, так как некоторым из них впервые представилась возможность выговориться, многие отказались от оплаты и решили, что магнитофон лучше всякого собеседника.

При нерефлексивном слушании можно значительно облегчить общение с собеседником, если поддерживать его, показывать, что вы слушаете, поскольку даже незначительный знак внимания побуждает продолжать разговор, а нейтральные фразы снимают напряжение (вспомните, как вы сами себя чувствуете, когда вы говорите, а собеседник не произносит ни слова!).

Нерефлексивное слушание помогает собеседнику высказаться без помех. Оно полезно, если он действительно хочет говорить, но неприемимо, когда партнер ждет от нас совета, одобрения, удивления, а также в том случае, если пассивное слушание явно противоречит нашим интересам.

Нерефлексивное слушание уместно в следующих случаях:

- если собеседник хочет высказать свою точку зрения;
- если собеседник говорит о своих проблемах;
- в напряженных ситуациях;
- при разговоре с вышестоящим по должности.

Таким образом, **нерефлексивное слушание применяется в основном для недискуссионных разговоров либо при угрозе возникновения конфликтной ситуации.** Однако, как правило, при общении с целью получения информации для прессы одного нерефлексивного слушания недостаточно, поэтому нужно всегда помнить, что оно представляет собой лишь первый этап овладения техникой слушания. Второй этап — это рефлексивное слушание.

**Рефлексивное слушание** — вид слушания, который предполагает, помимо вслушивания в смысл произносимого, расшифровку закодированного в речи истинного сообщения и отражение мнения собеседника — сверху того, что вы поняли из его речи, с тем, что он хотел вам сообщить в действительности.

Рефлексивное слушание предполагает использование таких приемов, как отражение чувств, побуждение, продолжение, оценки, резюмирование («Итак, вы считаете...»), а также использование следующих приемов поддержки собеседника:

- выяснение, уточнение («Я не понял»; «Повторите, пожалуйста, еще раз...», «Что вы имеете в виду?», «Не могли бы вы объяснить?»);
- парафраз, т. е. повторение слов собеседника своими словами, чтобы удостовериться, что вы его правильно поняли («Вы считаете, что...», «Другими словами...»);
- отражение чувств («Мне кажется, вы чувствуете...»);
- побуждение («Ну и...», «Что дальше...»);
- продолжение, т. е. вклинивание во фразу собеседника и окончание ее своими словами, либо подсказывание слов;
- оценки («Ваше предложение заманчиво», «Мне не нравится»);
- резюмирование: («Итак, вы считаете...», «Ваши слова означают...», «То есть...»).

Общаясь с другими людьми в целях сбора материала:

- старайтесь сосредоточиться не только на смысле сказанного собеседником, но и на истинном сообщении, которое чаще всего бывает скрыто;
- не торопитесь с оценками и выводами, сначала удостоверьтесь, что именно имел в виду ваш собеседник;
- избегайте говорить собеседнику «Я вас понимаю», поскольку эта фраза воспринимается почти всегда негативно, лучше всего прямо назвать ту

эмоцию или чувство, которое испытывает ваш собеседник (за это вам будут благодарны);

- если ваш собеседник проявляет излишнюю эмоциональность, вслушивайтесь в смысл сказанного, постарайтесь не попасть под власть эмоций (иначе информация будет необъективной).

Рефлексивное слушание можно назвать активным. Оно предполагает большее участие в диалоге обеих сторон, хотя говорит в основном первый. Задача второго — дать развернутую обратную связь, показывающую заинтересованность (в нашем случае журналиста), согласие или несогласие. Иной вид слушания представляет собой способность к эмпатии — сопереживанию, достижению резонанса, пониманию другого на логическом и эмоциональном уровне.

Язык наш становится иногда врагом. Часто мы обижаем людей автоматически и не понимаем, почему они так остро реагируют. К словам и действиям журналистов люди особенно восприимчивы. Мы косвенно оскорбляем собеседника, когда восклицаем: «Полная ерунда!», «Глупость какая!», «Чепуха какая-то...». Реплика: «А что я такого сказал?» демонстрирует неуважение к собеседнику. Вообще категоричность — показатель ограниченности.

Любое сильное давление вызывает эффект бумеранга. Разрешение — могучий фактор достижения позитивных результатов. **Творческое слушание** не допускает опровержений собеседника с ходу. Смысл слушания — выявить, какие возможности заключены в том, что правильно, а не в том, что неправильно. Мешают слушанию предубеждения, торопливость в оценках, неумение отделить факт от мнения. Важно понять смысл слов, следить за выражением лица, быть внимательным к невербальным сигналам.

Если журналист работает в режиме дискуссии, его обязанность — убеждать в правильности своей позиции. При этом важно правильно понять собеседника (оппонента), определить пункты несогласия, привлечь к совместному обсуждению проблемы, внимательно отобразить факты, расположить их в известной последовательности, пользоваться законами логики, не торопиться с оценками и выводами. Творческое слушание предполагает, что нельзя прерывать собеседника, а нужно дожидаться своей очереди.

Например, автор и ведущий телепередачи «Совершенно секретно» Станислав Кучер демонстрирует творческое слушание. Свободная, спокойная манера ведения беседы, уважение, отношение — без пристрастий, без

заигрывания, абсолютно ровное к любому собеседнику — позволяет журналисту, не применяя манипулятивных техник, досконально обсудить даже самые острые вопросы.

Не нужно стесняться задавать вопросы, опасаться того, что обнаружат вашу некомпетентность.

Действительно умный и интересный человек поймет, что журналист в каких-то вопросах может оказаться дилетантом, с удовольствием разъяснит ему существо дела, если тот об этом попросит.

Умение слушать произведет большее впечатление на собеседника, чем осведомленность.

Известному журналисту Игорю Свинаруенко в интервью «Российской газете» коллега задал вопрос: *«Геннадий Бочаров, наш с тобой старший и уважаемый товарищ, говорил когда-то (мы еще студентами были), что он достиг такого уровня профессионализма в общении, что за 15 минут может начать говорить на одном языке хоть с академиком, хоть с уголовником. Ты способен так?»*.

И. Свинаруенко признался, что иногда у него это получается. При этом провел аналогию с коммуникацией в кибернетической системе.

Там важно, чтоб был обмен сигналами между частями системы. Допустим, толщина слоя метр, а сигнал гаснет через полметра. Если приемник (в нашем случае журналист) расположен на самом верху (где академики, мудрецы, аристократы духа), он поймает сигналы, которые идут максимум с середины слоя (от инженеров). Если журналист внизу, с бомжами и гастарбайтерами, — он не поймет академиков. Например, академик Сахаров был не понят колхозниками. А Черномырдин, который прошел путь от пролетария до вельможи, мог и с рабочими матом объясниться, и с министрами говорил на понятном языке. Так и мы с Бочаровым; простые ребята с Донбасса, но и в верхах повращались, и простую жизнь повидали, и на частных самолетах с хозяевами жизни полетали. Мы — как Черномырдин: в середине пирога находимся. И можем с разными людьми говорить понятно.

Точно так же надо и писать, по тому же принципу: чтоб и до верхов доходило, и до низов. Журналист должен писать, грубо говоря, для лохов. Если он вздумает писать о математике для математиков, то это просто никто не напечатает, не говоря уж о том, что не прочтает. Для этого есть узкопрофессиональные издания с микроскопическими тиражами, которые по своей сути прессой не являются, это научные сборники. Журналист по своей сути — это дилетант, пусть смысленный и одаренный, но дилетант, который ясным языком говорит для дилетантов [32].

С журналистом соглашаются разговаривать и короли, и академики, и президенты. Означает ли это, что журналист должен вести себя с ними как равный? Некоторые журналисты демонстрируют именно такой стиль общения. Это профессиональные издержки. И здесь прав И. Свиаренко, который считает: «С тобой говорят не потому, что ты сильно умный, тебя пропустили не по удостоверению академика, а по пресс-карте, ты всего-навсего звено в потоке информации» [33].

Вместе с тем вспоминается мысль, высказанная известным британским журналистом Джоном Пильджером: «Журналисты не должны стоять за закрытыми дверями и дожидаться, пока сильные мира сего не выйдут к ним и что-то не солгут. Журналисты не марионетки и не шарлатаны, и они всегда должны проявлять скепсис относительно явлений, окружающих их». Однако скепсис не исключает общей и профессиональной культуры самого журналиста.

## 1.5. Выбираю героя (собеседника)

Одной из профессиональных задач журналиста является точный выбор собеседника, знание того, кто может предоставить редкую и яркую информацию, причем такую, которая привлечет внимание большого круга лиц.

Ведущего программы «К барьеру!» Владимира Соловьева нередко спрашивают: «Почему так много показывают Жириновского?». — «Потому что я не могу вводить цензуру. Если Жириновский является ньюсмейкером, если он выступает с заявлением, если он ярок, я не имею права не показывать его» [34].

Кроме того, журналист искренне считает, что для успеха такой авторской передачи необходимо еще одно условие: всегда необходимо учитывать личностный конфликт. Если между людьми нет этой искры, то они не смогут беседовать. Должны быть люди яркие и не равнодушные друг к другу или к обсуждаемой тематике.

Очень многое зависит от собеседника. Особенно если журналист работает с ним в прямом эфире. Вот как характеризует принцип выбора своих гостей в студии ведущий радио «Эхо Москвы» Юрий Кобаладзе.

Например, возьмите Алексея Митрофанова. Какую бы тему ему ни предложили обсудить, разговор обязательно получится интересным и насыщенным, потому что это необычайно живой, гибко реагирующий на тональность беседы человек с хорошим чувством юмора. Немножко агрессивный, с сумасшедшинкой что ли, но с ним всегда легко.

Бывает, приходят грамотные, подготовленные, сведущие в обсуждаемых вопросах гости, которые абсолютно не умеют говорить и дозируют информацию, выдают ее рублеными штампами, так что после каждой фразы хочется спросить: «Ну что, доклад закончен?». Дошло даже до того, что мы со Светланой Сорокиной порой отказываемся от людей, которые по своим знаниям и компетенции могли бы быть полезными, но в эфире они неинтересные собеседники. Это со стороны кажется, что все идет само собой, легко и просто. На самом деле интервью — вещь отнюдь не простая, это штучный товар...

Мне, например, интересно общаться с людьми, которые придерживаются диаметрально противоположных со мной взглядов и принципов. Главное, чтобы человек не был подлым, низким, наглым, завистливым [35].

В журналистике есть понятие «целевая аудитория». Такая аудитория может быть у определенной газеты, теле- или радиоканала, рубрики, темы, автора. Журналист учитывает ее информационные потребности и ожидания. Всякий раз, готовя свое произведение, он видит перед собой образ собеседника, который может максимально заинтересовать аудиторию, решает для себя вопрос, будет ли приглашенный человек уместен, особенно если речь идет об электронных СМИ. Обладание эксклюзивной информацией — это только половина успеха. Имеет значение личность говорящего. Это делает общение более близким и содержательным. Журналист обдумывает, сможет ли собеседник преподнести не только информацию, но и себя, насколько будет открыт и приятен для аудитории.

У каждого журналиста свой подход в выборе героя. Каков, например, принцип их отбора у Владимира Соловьева — одного из лучших телевизионных ведущих и автора программ «Поединок», «К барьеру!». Ток-шоу «К барьеру!» — это словесная дуэль двух известных людей, придерживающихся противоположных взглядов на какую-либо из актуальных проблем. Зачинщик поединка приглашает своего соперника на публичное выяснение отношений. Победителя в студии определяют судьи, но главное решение остается за телезрителями — во время трансляции программы идет прямое интерактивное голосование. Напряжение сохраняется до последних минут, пока не становится известно, совпали ли мнения двух «судейских коллегий», чья позиция вызвала одобрение большего числа людей.

В качестве независимой стороны, регулирующей словесную баталию, выступает Владимир Соловьев, который превращает эту схватку в яркое захватывающее зрелище. Он сам участвует в ней. Соловьев и парадоксален, и убедителен в дискуссиях.



Названия передач «Поединок» и «К барьеру!» выглядят агрессивно. Но журналист идет на это сознательно.

Я давно уже вышел из бессознательного возраста. Я обожаю вызывать к барьеру тех, кто ворует. Тех, кто умышленно скрывает смысл своих истинных действий, тех, кто, утверждая, что он «против кого-то или чего-то», не говорит, за кого он или за что. Поэтому для меня очень важно не только то, что политик N публично заявляет, но и то, как он делом подтверждает свои слова [36].

Вместе с тем на выбор героя влияет и политическая ситуация, и финансовое состояние канала, и ожидания аудитории. Сегодняшние СМИ — это бизнес-индустрия. Часто передачи ориентированы на рейтинги, от которых зависит коммерческий успех. В интервью Константину Трифонову — корреспонденту журнала «Топ-менеджер» — В. Соловьев так объясняет эту ситуацию [37].

Конечно, когда случилась трагедия, когда убили Андрея Козлова, мы не могли не выйти с передачей на эту тему. В то же время Путин объявил две инициативы — по поводу мигрантов и по поводу казино. Но на эти темы мне уже неинтересно было делать передачу, потому что — кто «против»? Все «за». «К барьеру!» подразумевает наличие некоего противостояния. Поэтому я взял тему, которая ориентирована больше на домохозяйек, чем на «высоколобую» аудиторию: Собчак против Донцовой. Идет пережевывание тем, которые не дадут высокого рейтинга, но интересны узкой аудитории «политических животных», с передачами, которые дают высокий рейтинг.

Упомянутый нами журналист И. Свиноаренко считает для себя счастьем брать интервью у лучших людей страны, потому что их ценят и любят миллионы.

Говорить с таким человеком два часа — само по себе лестно. Это программа-минимум. Но если вдруг в процессе беседы они увлекают тебя не только тем, что имеют большие заслуги перед обществом, но чем-то еще, очень личным, то после разговора с ними меня охватывает какая-то эйфория. Потом я несколько дней только и думаю об этом человеке — какой он великий, могучий, какой он умный, и надоедаю всем рассказами о нем. Это ощущение огромной человеческой энергии дает очень сильный стимул для работы в журналистике [38].

Пятидесятилетний журналист с восторгом рассказывает о своих героях.

Есть люди невероятно притягательные. Вот, вспоминаю, Юрий Никулин. Невозможно было оторваться! Людмила Зыкина — такая мощь! Слушаешь — слова литые, и она вся такая прямая, искренняя. Святослав Федоров. У него идеи просто лезли изо всех дыр. Он как начинал перечислять,

что он сделал, так волосы вставали дыбом. Как это все один человек смог?! ... Если ты задаешь вопрос, на который у человека нет ответа, и он начинает думать, пытается понять, что же происходит и как это точнее передать, — вот это интересно! Я в восторге от таких людей.

Журналист оценивает объем предстоящей работы и свои психологические затраты, опираясь на представления о характеристиках людей, относящихся к разным категориям.

Бизнесмены деловитее, чем артисты. В деловой прессе вряд ли будет уместно интервью с описанием каких-то скандальных фактов биографии бизнесменов. Целевую аудиторию интересуют проблемы бизнеса, причины успехов в карьере. В этом случае журналист выберет скорее компетентного, чем привлекательного человека (хотя одно другое не исключает). По этому поводу есть и другие мнения, например известный в мире ученый — профессор журналистики Ирвинг Фэнг — говорит, что «многие экономические сообщения значительно выигрывают от наличия в них мнения простых людей с улицы, которые на себе испытывают последствия хозяйственной жизни страны», т. е. вашим собеседником по экономическим вопросам может стать простой человек [39].

Имея дело с «артистическим народом», нужно готовиться к тому, что это может быть непредсказуемое «шоу». В целях возрождения прежней популярности артист может сочинять любые небылицы (кстати, имея прекрасное воображение, он, однажды сочинив историю, сам в нее свято верит). В разные моменты, если вы встречаетесь с артистом не один раз, может показаться, что это разные люди. Неслучайно наши американские коллеги советуют в таких случаях оставаться скептиками [40].

Не забудем, что профессия артиста — лицедейство. Справедливости ради нужно сказать, что и артисты бывают разные. Иногда яркий на сцене и в кино, он вдруг оказывается скучным и замкнутым собеседником. Разочарование может ждать не только вас, но и аудиторию. Впрочем, в артисте можно обнаружить и философа — человека глубокой мысли. Интервью с такими артистами, как Михаил Ульянов, Сергей Юрский, Алла Демидова, всегда сулит напряженный диалог, противоборство высоких мыслей и чувств, живой интерес интеллектуальной аудитории.

Редактор журнала «Ом» известный журналист Игорь Григорьев построил драматургию разговора с Аллой Демидовой таким образом, что в ходе интервью сумел даже поссориться с актрисой. На первый взгляд все выглядело бестактным.

Записывали интервью на пленку, и журналист «командовал» актрисой («возьмите кошку на руки!», «давайте, давайте быстрее — несколько кадров!» и т. д.), подогревал резкими вопросами и репликами: «Что, никак не обойтись без сигареты?», «У вас не получается быть гуманистом даже с помощью алкоголя?», «Как часто вы растворяетесь в этой ауре?», «Обязательно ли напиваться, чтобы проникнуться любовью к людям?», «Вы и семь тысяч зрителей?!», «Какой актрисе без колебаний вы отдали бы все свои награды?». В середине интервью актриса не выдержала и «дрогнула», бросив фразу: «В массе своей все люди кретины! Вы понимаете, о чем я?», т. е. практически оскорбила журналиста. Но, очевидно, это входило в его замысел — создать напряженный и энергетически заряженный разговор [41], распалить человека, заставить говорить страстно, ярко аргументировать свое мнение. Разговор сложился: успели обсудить философские проблемы религии, взаимоотношений между людьми, роли искусства, самовыражения человека. Огромное интервью на страницах журнала вовсе не было скучным, напротив, от первой до последней строчки не отпущало читателя.

Как правило, легки в общении люди молодые, у которых снят полог страха и не так давят психологические комплексы. Они редко задумываются о том, какое впечатление произведут. Готовы к игре и шуткам, не боятся выносить смелых суждений.

Имея дело с политиками и управленцами, будь готов к тому, что можешь не получить желаемой информации, поскольку эти категории людей более сдержанны в своих высказываниях, мало рассказывают о своей приватной жизни, закрыты от любопытных. Только в период выборных кампаний становятся чуть более открытыми или делают вид, что им нечего скрывать от избирателей.

Пожалуй, самыми закрытыми являются высокие должностные лица.

Исследования лингвистов, например, фиксируют их типичную речь — часто не вполне ясную и для самого говорящего, но в то же время достаточно агрессивную. С одной стороны, они стремятся высказываться просто и доступно, чтобы быть понятыми широкими массами, и потому они говорят образно; с другой стороны, они преследуют цель намеренно завуалировать свою мысль, скрыть свою позицию, не высказывать явно своего отношения к предмету речи, исключить оценку, не зная реакции на нее. Это подтверждают наблюдения за звучащей речью должностных лиц и политиков в прямом эфире во время интервью (передачи «Парламентский час», «Зеркало», «Время»). Вот лишь несколько примеров. *«Любой, кого вынудили голосовать за Кириенко, в душе плюется, и завтра это выплеснется в каких-то рамках...»* (Г. Зюганов, «Сегодня»), *«Сто процентов пре-*

*дупреждаю вас как президент страны»* (А. Лукашенко, «Время»). *«Они подвержены, как говорится, определенному такому соблазну»* (В. Герашенко, «Герой дня»). За неоправданной образностью часто отсутствует содержание, конструктивная позиция, преобладают неформальные коды, наборы нелитературных языковых средств. Все это не только мешает общению, но и делает его не содержательным.

В последнее время между журналистом и человеком — источником информации появились посредники, которые дают рекомендации журналистам (пресс-атташе, пресс-секретари, референты, помощники). Вмешательство этих третьих лиц усложняет работу журналиста. Приходится выяснять предпочтение всех сторон, переназначать встречу, делать дополнительные звонки [42].

Официальные лица часто просят передать вопросы заранее. Сверхзадача — убедить читателя в том, что факты получены из первых рук, что они уникальны и эксклюзивны. Есть смысл настаивать на личном интервью. Именно оно помогает уловить нюансы, создать впечатление о человеке. Соглашаться на интервью, переданное по электронной почте или факсу, можно только в крайнем случае.

Вот какую поучительную историю рассказал Анатолий Рубинов на одной из встреч с молодыми журналистами в Национальном институте прессы [43]. Приводим ее почти полностью, поскольку практически каждый журналист, проходя свою школу, получает такой же негативный опыт, общаясь с высокими должностными лицами. Эта история о том, как журналисты «Литературной газеты» одолели хитрый умысел Министерства путей сообщения, которое захотело улучшить свои финансовые показатели под видом прибавления числа скорых поездов, придав этот статус обыкновенным пассажирским поездам. И о том, как журналисты «одолели» чиновника, заставив его выйти на связь.

Редакция намеревалась раскрыть обман. За дело взялся динамичный Вячеслав Басков, который уже тогда слыл самым пробивным журналистом, но при всей его напористости сначала этого ему не удавалось. Чувствуя свою вину, смущенные чиновники уклонялись от разговора, замыкались, под любым предлогом отказывались разговаривать.

Сначала корреспондента это несколько не удручало — наоборот, появлялся оправданный предлог взбираться вверх по инстанциям. В главке пассажирских перевозок Вячеслава Баскова отослали в главк движения, оттуда — в управление, где составляют расписание. Когда все начальники главков и управлений отказались говорить на тему о скорых поездах, разгоряченный корреспондент, преодолевая сопротивление энергичной секретарши, ворвался к заместителю министра, но тот смиренно заявил, что это «не мой вопрос». После этого авторитетного заявления Вячеслав Бас-

ков, пышущий паром, как действующий паровоз, оказался в парадно обставленной приемной самого министра. Здесь состоялся все нарастающий, шумный разговор с тучным помощником министра, втиснувшимся в нарядную, с позолотой форму какого-то высокого железнодорожного звания. В конце концов, призывая разговаривать не так громко, он всем своим пышным генеральским телом кинулся заслонить от вторжения Главную Министерскую Дверь... Но вдруг на дверь нажали изнутри. Помощник сначала не понял, кого он не пускает в приемную, потом сообразил и, улыбаясь, почтительно отступил от двери — в проеме появился крупный мужчина в железнодорожной форме самого высшего разряда. Министр не чинился. Был вежлив. Спокойно выслушал. Глядя в глаза, мгновенно принял мудрое решение: «Пришлите мне, пожалуйста, вопросы». Темпераментный корреспондент сразу смолк — от неожиданности. Он был смущен — он ждал всего, кроме этого уклончивого ответа, и понял, что проиграл. Особенно после того, как министр разъяснил, чего ждет: «Понимаете, пришлите мне письменный план нашей будущей беседы». В редакцию корреспондент вернулся обескураженный. Я же обрадовался! И в тот же день нарочным, под расписку о приеме, послал «план беседы», который пожелал получить сам министр.

В плане было десять пунктов:

**ВОПРОС № 1:** Какое число пассажирских поездов переведено в разряд скорых, без всякого убыстрения их движения?

**ОТВЕТ**.....

**ВОПРОС № 2:** Сколько это даст МПС дополнительной выручки без всяких усилий со стороны железной дороги, а от пассажира потребует лишних денег?

**ОТВЕТ**.....

И так далее.

План с пустыми строками для будущих ответов оканчивался авансом из очень любезных слов: «Благодарю Вас за честные и откровенные ответы на трудные вопросы. С уважением, такой-то».

Журналист признавался, что хотел, чтобы министр не ответил. Боялся, что он сведет разговор к отговоркам и пришлет какую-нибудь отписку. Особенно трудно дался второй месяц ожидания: вдруг придет ответ? На 62-й день я сам пошел в МПС. Естественно, в канцелярию. И тогда она работала образцово: через минуту торжествующая работница доказала, что она ведет свои дела с отменной аккуратностью. Бумажки свидетельствовали о полном ажуре: в срок получено, в тот же день отдано под расписку помощнику министра, сам министр немедленно прочел и, не откладывая, тут же распорядился подготовить ответ...

Прямые и косые надписи на формуляре свидетельствовали, что весь первый месяц мои вопросы (и точки!..) передавались под расписку от одного начальника другому, каждый к «плану беседы» предлагал свой «проект

ответов», но министра они, видимо, не удовлетворяли — мое письмо уже истрепалось, потому что перебывало у всех секретарш министерства и всех ответственных чиновников. К началу второго месяца на обросшем «деле», начатом письмом из «Литературной газеты», появилось краткое заключительное распоряжение, сделанное рукой самого министра с его размашистой росписью: «В архив».

Только об этом я и мечтал! Вскоре в газете была напечатана унылая статья «Интервью без ответов», состоящая из десяти вопросов и десяти оставшихся пустыми ответов с одними точками.

Такой прием оказался действенным: унылая статья с точками без слов заставила руководителя Железнодорожной Державы подать «состав» назад — изменить расписание, «понизить в звании» поезда, которым необоснованно присвоили дорогой (для пассажиров, но выгодный для финансов министерства) тариф, и лишить их незаконного наименования «скорый».

Правда, есть и другая точка зрения. Журналисты тратят много времени на разъезды и поиск информации, иногда даже пустячной. Журналистка газеты «Деловой Петербург» сокрушается по этому поводу [44].

Некоторые ньюсмейкеры стесняются выдавать свои секреты по телефону, желая смотреть журналисту в глаза. И бывает очень трудно объяснить, что газета у нас — ежедневная. Бывает, звонишь кому-то, чтобы задать один маленький вопрос, который не требует особых временных затрат, а на другом конце тебе настойчиво предлагают бросить все (да какие у журналиста могут быть дела!) и приехать в офис на другом конце города.

В начале моей работы в ДП был такой случай, который мне очень хорошо запомнился. Погода в Петербурге стояла, как обычно, дрянная: ветер, дождь, снег, легкий минус — в общем, все как нужно, чтобы не спеша прогуляться. Но пока все это было за окном, я сидела в офисе и звонила в какой-то НИИ, чтобы получить информацию, состоящую из одной цифры — не помню точно, какие-то выводы с какой-то конференции.

Через 3 часа дозвона мне прислали кривой факс, в котором нужной информации не обнаружилось. Тетенька из пресс-службы НИИ к вечеру позвонила и сообщила, что, если я хочу эту цифру, я могу приехать в НИИ и забрать бумажку у входа (не входя, собственно). Почему она не могла информацию зачитать — я не знаю. Наверное, не умела. А газета ежедневная, и сдавать сегодня же вечером. То есть — съездить, вернуться и сдать. Я поехала. Погода вышеозначенная. Я какого-то черта в юбке и на каблуках. Проклиная все на свете, добралась-таки до задворок «Чернышевской» (где как раз не ходит ни один троллейбус) и долго звонила в дверь, чтобы меня впустили в холл. И вот, мокрая, злая, голодная и холодная, я получаю от охранника АБСОЛЮТНО тот же факс, что получила пару часов назад

в редакции. На такие мелкие кусочки три листа отменной бумаги я еще никогда не рвала.

Или бывает еще веселее. Это когда на том конце провода тебя не слушают. Звоню сегодня в одну московскую компанию. Представляюсь и несколько раз для уверенности в том, что меня поняли, произношу название газеты, делая упор на слове «Петербург» — намеренно, чтобы не торопились бросать трубку, хотя бы из уважения к междугородной связи. Задаю вопрос. Мужчина на другом конце провода задумался, а потом изрек: «Не, ну это не телефонный разговор. Вы подъехать можете?». Пришлось отказать.

Но все-таки чаще всего просят приехать те, кто хочет держать возможную публикацию под тотальным контролем и отчего-то уверены, что, включив журналиста в свои звуконепроницаемые стены, могут сами вложить в его голову ту информацию, которую нужно транслировать, и наиболее точно. Обиднее всего, что приезжаешь — а разговор на 5 минут, но ты едешь, потому что тебя пригласили, и отказываться вроде как неприлично. Исключение — важная тема, интервью, долгий разговор о тенденциях, желание лично познакомиться. Речь идет о рядовых случаях: один вопрос — один ответ. Итог — два предложения. И если даже ваш телефон прослушивается — какая разница, если комментарий (даже сказанный тет-а-тет) все равно выйдет тиражом в десятки тысяч? Многие скажут: совсем уже с ума сошли — журналиста ноги кормят! Но между тем современные высокие технологии уже дошли до того, что я получаю комментарий с дачного участка ньюсмейкера, где он морковь сажает. Почему бы мне и в других случаях не воспользоваться привычной быстрой телефонной связью или Интернетом?

Где же искать героев, интересных аудитории? Среди друзей, приятелей и их знакомых, обрывать связями, делать тематические подборки об интересных людях. В крупных редакциях хранятся досье на известных людей. Можно поговорить с коллегами, которые уже встречались с интересующим вас человеком. Воспользуйтесь их советом. Берясь за перо с целью создать портретное интервью, конечно же, нужно ознакомиться с публикациями коллег об этом человеке, но напоминать ему об этих публикациях стоит лишь в том случае, если журналист почувствует в этом необходимость. Полезно также узнать заранее взгляды, привычки, особенности характера собеседника, позицию, занимаемую по данному вопросу.

Вряд ли бы получилось проблемное интервью «Талант на экспорт» с известным пианистом Николаем Петровым у журналиста «Огонька», не обратись он за информацией к своим коллегам. К моменту опубликования интервью (это было два десятка лет назад) на Западе об этом пианисте писали, что он гений и даже больше, блиста-

тельный, потрясающий, сверхсовершенный, восхищались бриллиантовыми каскадами нот, а на родине об этом пианисте мало кто знал.

Уже в конце разговора я спросил: «Как представить вас читателям?». — «Как? — озадачился он. — Да, наверное, просто — Николай Петров».

Журналист решил проконсультироваться с коллегами, спрашивал их однообразно: «Кто такой Николай Петров?». Реакция была удручающе однообразна, все пожимали плечами: никто не слышал о таком. Я приставал три дня, пока в редакцию не заглянула Джемма Фирсова, актриса, писательница, режиссер, умница — и на отчаянный мой тест откликнулась радостно: «Коля? Это потрясающий музыкант! У нас он такой один. Я старинная его поклонница. Неужели никто не знает даже имени? Какой ужас! Что с нами стало! Хотя, понятно, он же валютный товар, экспортный артист. Им торгуют, а покупатели все — на Западе».

Журналист не только нашел с помощью коллег интересную фигуру, любопытный поворот темы и ракурс ее освещения. Журналист говорил с музыкантом не о музыке, а о деньгах. Получилось глубокое на три полсы интервью о сложных взаимоотношениях с Москонцертом.

В повседневной практике журналист нередко сталкивается с категорией людей, общение с которыми крайне сложно из-за однобокости взглядов, жесткости убеждений.

Важно определить сразу, с кем имеешь дело: например, перед тобой доминантный или ригидный человек? Это поможет выбрать правильную стратегию поведения. Полную характеристику типам собеседников дает психолог Д. Федосеев [45] ([www.dere.ru](http://www.dere.ru)).

**Доминантный собеседник.** Даже если вы побудили его к общению, то он не чувствует себя по-настоящему обязанным отвечать. Ему присуща подсознательная тяга к доминированию. Повлиять на другого — это его повседневный настрой, касающийся всех без исключения: он привык вызывать робость перед своей физической силой или демонстрировать превосходство ума. Он уверен, что отвечать или не отвечать — «мое право». Такими выглядят политики: В. Жириновский, И. Хакамада, Г. Зюганов.

Это напористый, жестокий человек. Легко и часто перебивает, но будет повышать свой голос, чтобы вы не смогли перебить его. Или напротив, может замолкнуть, вынуждая вас искать к нему подход. Если он что-либо объясняет вам, то втолковывает это и интересуется, верно ли вы его поняли. Если выслушивает ваши объяснения, непременно задает уточняющие вопросы либо показывает, что уже все понял, так что можно больше не распространяться на обсуждаемую тему.



Если между вами разлад, он язвительно насмешлив, либо резок и груб, либо презрительно замкнут. Ему очень нелегко принять свою неправоту, даже если она очевидна. И он говорит: «Что ж... Это надо как следует обдумать». Или: «Знаешь, времени в обрез, вернемся к этой теме в другой раз».

Он решителен. Ему легко свернуть разговор на полуслове. Если надо, он проявит при этом изысканную вежливость, но вы хорошо почувствуете: точка поставлена.

Главное средство, чтобы справиться с таким собеседником, — выдержка, спокойствие и такт. Вряд ли можно добиться результатов общения с ним, если применять его же тактику и оказывать видимое давление, высмеивать.

**Недоминантный собеседник** — антипод доминантному. Когда вы побуждаете его к контакту, он считает своим долгом отвечать незамедлительно, чтобы не обидеть, не разозлить вас задержкой своей реакции. Это улавливается в его облике еще до начала обмена репликами. Если вы сами не доминантный человек, вам импонирует такая деликатность. Но если вы доминантны, вам это кажется скорее угодливостью и порой вызывает раздражение.

Недоминантный субъект вообще очень чуток к внешним признакам вашей силы, уступчив и легко теряется, не позволяет себе перебить вас, но терпеливо сносит, когда вы перебиваете его.

Очень полезным и прагматичным может оказаться для журналиста совет, который дает уже упомянутый психолог Д. М. Федосеев, как нужно вести себя с подобными людьми. «Недоминантный собеседник нуждается в поощрении, подбадривании с вашей стороны (лучше не словами, а взглядом). В противном случае вы рискуете недооценить важность того, что он хотел бы сказать вам, и тем самым упустите достаточно ценную информацию. На него хорошо действует похвала (если есть за что), но не лицемерная лесть. Ответственные решения он склонен перекладывать на вас» [46].

Наверное, следует учесть и другие психологические типы, диктующие ваше поведение в процессе интервью, например такие, как мобильный и ригидный.

*Мобильный собеседник* с легкостью переключается на общение, отвлекаясь от других своих занятий. Он несколько поверхностно, но весьма живо воспринимает вас своим сознанием, оттесняя на периферию все свои предыдущие мысли и образы; какой-нибудь миг — и он уже целиком в контакте. Правда, в дальнейшем его внимание может

столь же легко отвлечься и от вас. Тем не менее «по первому зову» он снова окажется с вами.

Речь его быстра, даже тороплива; одно выражение лица быстро сменяется другим. Высказав что-либо, он непроизвольно торопит вас с ответом — это можно заметить по его нетерпеливому взгляду, жестам. Если ваша реплика чересчур длинна, он не может скрыть скуки, вставляет слово или хотя бы междометие, а иногда пытается закончить фразу за вас. Стиль его высказываний неряшлив: он пропускает слова и не заканчивает предложения, рассчитывая на то, что вы его и так поймете. Смысл для него важнее словесного облачения. Сколько-нибудь продолжительная беседа на одну и ту же тему для него почти невыносима. Он отвлечется на побочные соображения или ассоциации, на рассказанный кстати анекдот или житейский случай — лишь бы внести разнообразие в беседу. Только после этого он готов продолжать начатое обсуждение. Если вы решаете вместе с ним некую проблему, ему приходят в голову десятки версий, которые он, впрочем, сам без сожаления отвергает, заменяя их новыми.

Подстраиваясь к мобильному типу, сначала подстройтесь под его темп — пусть это даже на первых порах снижает содержательность контакта, затем постепенно приведете партнера к большей собранности в общении. Больше уточняйте.

Проститься с ним так же легко, как и разговаривать: он не взыскателен в отношении форм и ритуалов свертывания общения и с полной готовностью переходит к очередным занятиям [47].

*Ригидный собеседник.* Ему требуется некоторое время, чтобы включиться в беседу с вами, даже если он вполне решительный, уверенный в себе человек. Дело в том, что он основателен, и если перед контактом думал о чем-то, то должен как бы поставить отметину — где остановился в своих размышлениях. И если выполнял какую-то работу, то должен сперва аккуратно закончить ее. Но и после этого он не сразу погружается в стихию собеседования: глядит на вас изучающе и, подобно тяжелому маховику, «раскручивается» постепенно. Зато, «раскрутившись», основателен в общении...

Слушает внимательно. Говорит неспешно, взвешивая, мысль излагает подробно (может показаться, что это излишние подробности, но он имеет другое мнение); фразы строит как можно более понятно, стремясь, чтобы слово как можно точнее передавало смысл. В поисках таких слов порой становится «тягучим», топчется на месте. Найти удачное, на его взгляд, выражение, непременно повторит его в бе-

седе еще несколько раз. Не любит, чтобы его перебивали, и находит это несправедливым: он ведь не перебивал вас! Если вы слишком спешите с развитием мысли, отвлекаетесь на побочные темы, выдвигаете и тут же сами отменяете приблизительные версии, он морщится: вы кажетесь ему «балаболкой», несерьезным человеком (а то и невоспитанным, нахальным говоруном). Когда, по-вашему, главное уже обсуждено и совместные выводы сделаны, он продолжает вдаваться в детали — и порой в этом есть свой смысл! Одна негодная деталь, обнаруженная им, сводит на нет уже принятое совместное решение, так что приходится начинать тему снова.

Общение с ним может в какой-то мере изматывать. Распроститься с ним сразу невозможно — в конце диалога он постарается расставить все точки над «i», зафиксировать сходство и различия в ваших позициях, подвести итоги, сформулировать вытекающие из разговора свои и ваши выводы. Вдобавок ему не нравится и кажется недостойной манера торопливо, небрежно прощаться. После того как вы удалились, он еще раз прокручивает в уме состоявшийся диалог.

В своей практике журналисту приходится учитывать и такие психологические типы, как экстраверт и интроверт. Выбрав в собеседники **экстраверта**, готовьтесь к тому, что он будет общителен, разговорчив (возможно, без меры), дружелюбен, он также любит посплетничать. Однако его дружелюбие поверхностно и не слишком устойчиво.

Полный внимания к окружающим, к их речам и одежде, поступкам и помыслам, он подсознательно и сознательно жаждет такого же внимания к себе. Чтобы привлечь внимание, он подчас становится эксцентричным в высказываниях. Если он не слишком доминантен и достаточно мобилен, вступать с ним в беседу, вести ее, заканчивать — довольно легко. Ему нравится выказывать симпатию партнеру, он хочет и сам ее вызывать, а поэтому, если беседа носит благоприятный характер, он непроизвольно строит и на ходу перестраивает диалоги таким образом, чтобы вы расстались на ноте теплоты и взаимопонимания. В случае ссоры он не держит камня за пазухой [48].

Обращаясь к **интроверту**, мы попадаем в совершенно иной мир. Ведущая его особенность — несклонность к внешней коммуникации. Это подчас связано с врожденной спецификой его характера, но подкреплено также и опытом жизни, который гласит: «Им все равно меня не понять». И правда, интроверта понять нелегко. Слушателю то и дело необходимо вникать в причудливый и сложный ассоциативный мир интроверта и недоумевая пожимать плечами. Интроверту не ос-

тается ничего другого, как оставаться «в себе». При творческой одаренности это сулит удивительные находки: нетривиальную поэтическую речь, опережающие время научные идеи, новации в живописи, музыке.

Он вполне обоснованно ощущает себя не таким, как другие. Другой для него в какой-то мере загадочен, поскольку не похож на него. Неспособность разом, без напряжения, постичь другого как личность порождает у него подозрительность и тенденцию пристрастно толковать чужие поступки. Ваша теплота к нему воспринимается им настроенно, поскольку сам он еще не скоро ответит теплотой. Поверхностный обмен знаками симпатии его попросту раздражает. Зато если между вами сложились хорошие отношения, это надолго. Впрочем, он будет сторониться тех, кто обидел или высмеял его. В любом случае он не любит частых встреч и разговоров на личные темы (темы делового порядка его привлекают больше, но и этим не следует злоупотреблять). Вступать с ним в диалог, вести его, заканчивать — все это нелегко, даже если ваш партнер не отличается повышенной доминантностью или ригидностью.

Психологи советуют, имея дело с интровертом, избегать панибратства и всякой личной тематики. Держитесь учтиво, но сухо, обсуждайте вопросы деловые или абстрактные, старайтесь побольше молчать и будьте готовы к затяжным паузам в беседе. Идеальная ситуация с интровертом — разговор с глазу на глаз: здесь он может «по-теплеть» и раскрыться, присутствие других давит на него, а подчас и лишает дара речи.

Реальный партнер может оказаться лучше или хуже ожидаемого. Вы можете вообще не обнаружить в нем характерных для его группы людей признаков. Поэтому психологи предупреждают, что оценочный подход недопустим. Для сбора информации полезен каждый тип как представитель своей сферы деятельности.

Труднее всего с людьми, дающими пространственные ответы «ни о чем». Это может быть и уловкой собеседника, стремящегося уйти от ответа, и показателем некомпетентности или неинформированности.

Сложно как с чересчур разговорчивыми, балагурами и краснобаями, так и с людьми замкнутыми, исповедующими принцип «как бы чего не вышло». Однако часто журналистам не приходится выбирать, с кем идти на встречу за информацией. В практике приходится встречаться и с грубиянами, и крикунами, и флибустьерами, упрямыми, и теми, кто считает себя центром мироздания. У журналиста нет цели

изменить качества этих людей, но добиваться плодотворного разговора он обязан. Иногда приходится переступить через себя, но спрашивать мнения у людей, которые тебе не приятны. Упор делайте на профессионализм, никогда не переходите на личности. Тем не менее боритесь и со снисхождением к себе [49].

Самонадеянность неумелого журналиста, нежелание следовать правилам психологии часто приводят к тому, что диалог не получается: он напоминает разговор Вероники Маврикиевны и Авдотьи Никитичны — известных комических персонажей.

Журналисту не приходится выбирать, он идет на контакты с любым, если это оправдано целями публикации или эфира. Однако нужно научиться подстраиваться под партнеров с разными психологическими характеристиками.

При общении с доминантным партнером необходимо дать ему возможность высказаться. Но журналист должен держаться независимой точки зрения, не идти на поводу. В этом случае собеседник постепенно умиротворит свой пыл.

С недоминантным партнером важно вначале подстроиться, по ходу беседы подбадривая и поощряя его (лучше взглядом). С мобильным партнером нужно замедлять частоту и скорость своих реплик. Возвращаться к тем моментам разговора, которые остались неясными. С ригидным собеседником сложно. Здесь потребуются терпеливость, нельзя торопить такого партнера.

Д. Федосеев советует с экстравертом поддерживать естественную для него атмосферу взаимной симпатии. Его «перехлесты» умерять тонкой иронией, к которой он очень чувствителен. С интровертом лучше избегать панибратства.

## **1.6. Разговариваем молча. Невербальное и конституционное общение**

Чтение невербальных сигналов является важнейшим условием эффективного общения журналиста с собеседником. Журналист учится извлекать информацию не только из явных вещей. Язык поз, жестов и мимики включает в себя все формы самовыражения человека, которые не описываются словами. По разным подсчетам, от 70 до 90 % информации человек воспринимает именно по зрительному (визуальному) каналу. Экспериментальные исследования показывают, что **слова** (которым мы придаем такое большое значение) **раскрывают**

лишь 7 % смысла, **38 % значения несут звуки и интонации и 55 % — позы и жесты** [50]. Спонтанность и бессознательность невербальных сигналов способны открыть истинные чувства и мысли собеседника. Иногда поза, телодвижения выдают чувства человека и тайные намерения яснее, чем слова. Поскольку проявление невербальных сигналов обусловлено импульсами нашего подсознания, мы доверяем этому языку больше, чем обычному. Часто интуитивно чувствуем, что кто-то говорит неправду. Это значит, что мы увидели разногласие между языком тела и сказанными словами.

Ключом к правильной интерпретации невербальных средств является учет журналистом всей совокупности и контекста, в котором они применяются. При несовпадении вербальных и невербальных сигналов источников коммуникации человек подсознательно полагается больше на невербальные сигналы.

Журналисту с целью правильного восприятия, понимания и толкования происходящего необходимо в неразрывной связи рассматривать и вербальные, и невербальные сигналы. Важно оценивать и то, ЧТО говорится, и то, КАК это говорится, и то, ЧТО при этом делается. Ведь язык жестов, язык слов и внутренний мир человека взаимосвязаны.

Определяя невербальную коммуникацию как поведение, сигнализирующее о характере взаимодействия и эмоциональных состояниях общающихся и являющееся дополнительным источником информации к собственно вербальному сообщению, В. А. Зувев выделяет и такие формы ее проявления, как:

- 1) неязыковые звуки (вскрики, стоны, оханья), высота и интенсивность звука, тембр речи, эмоциональные индикаторы — запинки, оговорки, паузы, молчание;
- 2) мимические выражения;
- 3) кинесика (позы, телодвижения);
- 4) движения глаз, частота и длительность фиксации глаз;
- 5) характеристики межличностной дистанции [51].

Познакомимся с подсистемами невербального общения.

**1. Пространственная подсистема** (межличностное пространство). Интерьер помещения создает изначальный контекст. Ориентация — угол, под которым люди сидят или стоят по отношению друг к другу. Дистанция меняется в зависимости от ситуации. Близкие сидят рядом, враги стремятся занять положение друг против друга (180 %).

Существуют пространственные нормы: а) интимное расстояние — от 0 до 45 см (при общении близких); б) персональное — от 45 до 120 см (при общении со знакомыми); в) социальное расположение — от 120 до 140 см (ситуация делового общения); г) публичное расстояние — от 40 до 750 см, которое используется при выступлении перед массовой аудиторией. Форма стола также влияет на отношения партнеров. Квадратный стол, а также овальный создают атмосферу неформального общения, равного участия собеседников в дискуссии. Прямоугольные столы задают распределение властных полномочий: сидящий в торце видит всех, имеет преимущество контроля ситуации и обладает наибольшим влиянием.

Беседа, характеризующаяся каким-либо действием, оформляется посадкой на противоположных сторонах стола, но не напротив, а по диагонали. Если общение «соперничающее», то люди рассаживаются напротив друг друга, если «кооперативное» — садятся рядом. «Случайная» беседа представлена позицией наискосок через угол стола.

Эти знания оказываются важными для журналиста-телевизионщика. Каждая мелочь в организации студийного пространства, в котором происходит действие, очень важна. Вспомним, как интересно выглядела студия Верки Сердючки, стилизованная под купе. Обязательный атрибут — «горячительная» жидкость (что гость принесет), которую пьют из характерных стаканов в железных подстаканниках.

Глазу должен быть приятен уютный, как бы обжитый ведущим интерьер с необычными дизайнерскими находками. Деталей, привлекающих внимание зрителя, в кадре не должно быть слишком много, но они уместны, если дополнительно акцентируют внимание на кадре.

Например, дизайн студий информационных передач строгий, деловой. Взгляду, как правило, не на чем остановиться. Здесь все направлено на восприятие слова ведущего. И для контраста можно вспомнить оформление студий на канале МузТВ. Как правило, помещения оформлены в ярких, кричащих тонах. В кадре кроме ведущего и гостя можно увидеть все что угодно. Предметы, относящиеся к программе и ее теме и совсем не относящиеся к ним. Постоянная, динамичная смена кадров, планов, ракурсов создают яркую динамичную картину.

У каждой телепрограммы свой специфический стиль съемок. Например, в ток-шоу камеры расположены в определенных точках студии. И постоянный зритель привыкает именно к этим ракурсам. Естественно, существуют определенные общие правила установления камер. Но в целом создатели программ по-своему организуют студийное пространство. Электронные технологии позволяют менять простран-

ственные характеристики, дающие журналистам неограниченные возможности презентации человека. Так, добиваясь цели вызвать комичное к нему отношение, можно худого, высокого человека поместить в широкое, низкое кресло, чтобы ноги, согнутые в коленях, были на уровне лица. Нелепо будет выглядеть и невысокий тучный человек, посаженный в студии на высокую табуретку, принесенную из бара.

Напротив, для создания комфортной для человека обстановки нужно устроить «посадочное» место в студии так, что глаза собеседника и ваши глаза будут расположены на одном уровне.

**2. Оптико-кинетическая подсистема** — внешний вид собеседника, выражение лица (мимика), позы и жесты (пантомимика). Прямая посадка слегка откинутой головы, поднятый подбородок и опущенные уголки губ, выражающие презрение или погруженность в свои мысли, — обыкновенно воспринимаются как притязание на доминирование. Встречаясь с собеседником, журналист оценивает его внешний вид, который может сообщить о социальном положении героя, занятиях, вкусах или информировать о настроении человека. Здесь важны не столько покрой одежды и ее цветовая гамма, но и то, как человек одежду носит. Памятуя об этом, сам журналист должен заботиться о своей внешности (или имидже, как сейчас модно говорить).

Походка выдает психические особенности человека. Швейцарский ученый Гарре заложил основы новой науки — скарпологии (*scarpology* — подошва), которая изучает закономерности воздействия характера и физического состояния на манеру снашивать подошвы обуви. Действительно, мышечная система и опорно-двигательный аппарат вырабатывают специфическую манеру движения человека. Мы легко отличаем походку старика и молодого человека, моряка, спортсмена, балерины, военного. Эти детали могут дорисовать образ.

**3. Кинетико-конституциональные характеристики** (строение тела). Зрителя не заинтересует ничем не выделяющееся из общей массы лицо. Экран любит яркие, интересные, красочные образы, иногда неожиданные и даже эпатажные.

В сознании аудитории должна происходить идентификация героя с той зрительной «оболочкой», которую он себе выбрал.

**4. Положение, поза**, которую принимает человек во время беседы, может обуславливаться культурой и воспитанием (существуют общепринятые условности). Поза может передавать межличностные отношения, указывать на социальный статус собеседника. Поза меняется в зависимости от эмоционального состояния и поддается контролю



значительно меньше, чем мимика. Так, расположение корпусов собеседников свидетельствуют о характере коммуникации. Если корпуса повернуты друг другу и расположены параллельно — коммуникация закрыта для новых участников и новый собеседник должен предпринять особые усилия для участия в беседе. Если корпуса расположены под углом — участие нового собеседника предполагается и приветствуется. Чем больше угол, тем более открыта коммуникация.

Если во время разговора ваш собеседник сидит в позе креста, когда перекрещены руки и ноги, это так называемая закрытая поза. Она должна трактоваться следующим образом: собеседнику разговор, по меньшей мере, неприятен. Он инстинктивно блокируется, уходит от информации. Если мы разговариваем с собеседником, а тот медленно отодвигается назад, это значит, что мы оказываем на него сильное эмоциональное давление, и он пытается уйти, закрыться от информации. Открытая поза человека, когда он не напрягается, не зажимается, не подается вперед или назад, как правило, соответствует достаточно свободному взаимодействию с человеком. Самый же демократичный способ общения — когда все рассаживаются по кругу, когда можно встретиться глазами с другими людьми, уже своим поведением можно что-то кому-то сообщить. Вооружившийся знаниями о невербальных языках общения журналист открывает для себя и аудитории участников коммуникации.

**5. Выражение лица** — «мимический паспорт» человека. Человек с помощью техники взгляда пытается скрыть отрицательные эмоции. В глазах отражается интеллект, а в движениях рта, рисунках морщин проявляются эмоции или отношение к собеседнику [52]. Человек спокойно выдерживает взгляд глаза в глаза 10–12 секунд, потом возникает дискомфорт. Если вы в очках, то пристальный взгляд выдержать легче, очки являются дополнительной защитой. Взгляд — это достаточно жесткая вещь, им можно подавлять психически более слабого. Выражение глаз используется в тесной связи с вербальной коммуникацией. В первую очередь мы обращаем внимание на лицо собеседника. В любом межличностном взаимодействии эмоции, выражающиеся посредством мимики, часто определяют направление дальнейшего взаимодействия.

Взгляд играет важную роль в передаче межличностных отношений и установлении контактов. Он может сигнализировать кому-то, что к нему зарождается интерес. Спокойный взгляд говорит о самообладании; упорный взгляд означает решительность; взгляд пронизывающий и остановившийся на человеке, пытающемся выделиться,

может означать оценку или притязание на доминирование. Журналист должен уметь отслеживать отражающиеся в мимике изменения эмоционального состояния, чтобы направлять беседу в нужное русло. Если журналист способен правильно определить сущность эмоций по выражению лица, результатом становится более глубокое и точное понимание проблем собеседника.

В своей профессиональной работе вы нередко встречаетесь с некоммуникабельными людьми, не располагающими к доброжелательному разговору. Такие люди вызывают негативные ассоциации и эмоциональные ответные реакции (осознанные и неосознанные). Существует несколько таких типов, которых выдает выражение их лиц:

- неинтеллектуальный — тупое, чванливое, дебильное, сонное;
- агрессивный — гневное, злое, нахальное, вредное, сердитое;
- самодовольный — надменное, заевшееся, заносчивое, ироничное;
- отчужденный — безразличное, холодное, бесстрастное, казенное;
- презирующий — язвительное, уничтожающее, ехидное;
- недоверчивый — подозрительное, настороженное;
- заискивающий — холуйское, угодническое, подобострастное;
- злодейский — омерзительное, наглое, хищное;
- неуверенный — напуганное, нерешительное, растерянное;
- инфантильный — капризное, жеманное, шаловливое, незрелое;
- плутовской — мстительное, хитрое, злопамятное, непорядочное, подлое;
- неухоженный — запущенное, всклоченное, растрепанное;
- фанатичный — одержимое, идолопоклонническое лицо.

В зависимости от ситуации используются различные формы реагирования на некоммуникабельных людей. Однако наиболее продуктивным является эмпатическое состояние, т. е. реакция, основанная на сочувствии к собеседнику.

Заметим, некоторые аспекты эмоционального состояния трудно контролировать. Например, расширение зрачков во время сильного возбуждения, испарина во время волнения, мгновенные проявления скрытых чувств.

Выражение лица тесно связано с речью. Слушатель непременно контролирует то, что произносит, едва заметными движениями бровей, губ выказывает замешательство, удивление, несогласие, удовольствие. Говорящий человек также сопровождает высказывания надлежа-

щими выражениями лица, которые используются для того, чтобы показать, что имеется в виду что-то смешное, серьезное, важное.

**6. Кивок головы** обычно действует как подкрепление: он позволяет собеседнику продолжать свою речь.

**7. Жесты** коммуникативной ориентации демонстрируют состояние коммуникативной ситуации. Все жесты разделяют обычно на две группы: жесты знаковые (указательные, изобразительные, жесты-символы) и жесты незнаковые (ритмические и эмоциональные).

Для *жестов-символов* характерна наиболее условная связь между означаемым и означающим. В отличие от *изобразительного* жеста, который несет в себе конкретное сообщение о конкретных внешних признаках предметов, жест-символ обычно имеет абстрактное содержание.

*Кинестетические жесты* — это движение рук, головы, ног, других частей тела. Использование жестов связано с речью: говорящий прибегает к ним, чтобы проиллюстрировать то, о чем он говорит, особенно в тех случаях, когда ему не хватает слов, когда описываются предметы особой формы, размеров.

Существует более миллиона телесных знаков и сигналов — гораздо больше, чем слов, с помощью которых, как мы уже говорили, выражается всего лишь 7 % эмоций и мыслей. Кроме того, существуют *звуковые жесты*. Здесь есть аналогия с *кинетическими жестами*, характерной особенностью которых является живая непринужденная речь. (Активным пользователем такого вида звуковых жестов является Андрей Малахов, телепередача «Пусть говорят».) Возможности речевого аппарата используются более широко и свободно, нежели при разговоре. Поэтому не редкость использование неязыковых звуков. Среди них встречаются такие звуки, которые нельзя соотнести с нормальными фонетическими реализациями законных фонем языка, ибо такие, которые встречаются в необычных сочетаниях или в необычных позиционных условиях, говорят о неканоничной, или экстранормальной, фонетике.

*Кинестетика*. Многие сообщают движение рук, головы, ног, других частей тела. Использование жестов также связано с речью. Говорящий прибегает к ним, чтобы проиллюстрировать то, о чем он говорит, особенно в тех случаях, когда ему не хватает слов, когда описываются предметы особой формы, размеров.

Жесты могут заменить речь. Существует более миллиона телесных знаков и сигналов, составляющих «язык тела». Частота использования знаков зависит от темперамента человека, его воспитания и традиций.

Если люди лгут, то их тело может выдавать это. Люди в силу их профессиональных обязанностей могут научиться владеть своим телом и жестами. В этом случае тяжело распознать истинно или не истинно то, что говорит ваш собеседник. Наиболее закрытыми являются адвокаты, телекомментаторы, работники спецслужб. Обучены приемам, помогающим скрыть истину, чиновники высшего аппарата.

Не претендуя на описание всех жестов и их значений, мы приведем наиболее характерные. Целый ряд жестов передает ложь собеседника (прикосновение к губам рукой, потирание век, облизывание губ, избегание прямого взгляда, невыразительный голос). Если человек прикрывает рот рукой в тот момент, когда вы говорите, а он слушает, это означает, что он чувствует, как вы лжете. Без труда опытный журналист прочтет эти знаки.

Руки часто применяются для создания барьеров. Недобрый знак — руки, скрещенные на груди. Журналист должен не только понять причину жестов, но и побудить человека занять более располагающую позу.

Наблюдение за курильщиками привело ученых к выводу о том, что оптимисты выпускают дым изо рта в большинстве случаев вверх. Негативно настроенные люди выпускают дым изо рта вниз. Постоянное сбрасывание пепла с сигареты свидетельствует о неуверенности или угнетенном состоянии.

Любой разговор начинается с приветствия, которое может быть выражено поклоном или **рукопожатием**. Уже одно рукопожатие может содержать в себе важнейшую информацию о вашем собеседнике. Если он протягивает вам не всю ладонь, а как бы дает два пальца — это выдает в нем высокомерного человека; ладонь «лодочкой» — передает смущение; долгое пожимание свидетельствует о расположении к вам собеседника; рука «лопатов» означает пренебрежение; рука «перчаткой» (традиционное рукопожатие политиков) подчеркивает честность. Когда встречаются два властных человека, между ними происходит символическая борьба, при этом ладони находятся в вертикальном положении. Важно помнить, что нельзя навязывать свое рукопожатие собеседнику, к которому вы зашли без приглашения и предварительной договоренности.

Существуют жесты, свидетельствующие об открытости или закрытости человека для общения. Открытые ладони свидетельствуют о желании человека говорить откровенно [53].

Рукопожатия — яркие сигналы. В книгах по языку жестов описаны два типа рукопожатий — властные и покорные. Для агрессивного

человека свойственно рукопожатие прямой несогнутой рукой. Властный человек подает руку ладонью вниз.

С одним из молодых журналистов (назовем его Н.) случился курьез. Он решил практически испытать на себе рукопожатия различных начальников. Придя на встречу с руководителем крупной автоколонны, он решил сразу обозначить доминантные позиции и взять на себя роль властного человека: резко подошел к руководителю, выставил вперед правую опорную ногу и энергично протянул руку. Полный крупный человек нехотя встал из-за стола и протянул навстречу большую ладонь. Крепко ее сцепив, как полагалось по инструкции, журналист попытался слегка «завалить» чужую ладонь, чтобы она оказалась снизу. Мгновенно почувствовал, что рука была вялая и не сопротивлялась. Далее последовало непредсказуемое: человек вдруг всем телом грузно осел и упал на пол, увлекая за собой и журналиста. Сегодня Н. — руководитель издательского дома, известный в своем городе журналист, не может без стыда вспоминать этот случай. Он на всю жизнь сделал вывод: **нельзя следовать инструкциям бездумно, не оценивая человека и ситуацию.**

Умение читать язык тела помогает журналисту делать быструю диагностику слов. Опытный журналист по сигналам тела сразу понимает, какой вопрос застал собеседника врасплох, а какой доставил ему удовольствие.

8. **«Говорящие» руки** выдают характер человека и его настроение. Руки, обращенные ладонью вниз, часто говорят о властности человека. Открытые ладони свидетельствуют о вашей откровенности, искренности намерений. Потирание рук — радостное предвкушение.

При неловкости люди склонны прятать ладони в карманах, за спиной. Сцепленные пальцы — скорее негативный сигнал, выдающий разочарование и подавление эмоций. Захват рукой запястья свидетельствует о нервозности и неуверенности человека. Скрещенные руки выдают оборонительную или негативную позицию. Сплетенные пальцы, прижатые ладони могут свидетельствовать о нервном напряжении, разочаровании, неприязни. Пальцы у рта — знак уступки, рука прикрывает рот — это означает фальшь или ложь; скрещенные руки свидетельствуют о том, что ваш собеседник сомневается в ваших словах. На языке жестов скрещенные руки играют роль щита. Человеку, испытывающему тревогу, свойственны быстрые, беспокойные движения рук и ног и дрожь в кистях рук. Подавленный человек движется очень медленно, словно каждое движение дается ему с огромным трудом. Еще один важный фактор — физическая дистанция, которую человек поддерживает между собой и другими людьми.

Замкнутый человек обычно не отводит рук далеко от своего тела и не поднимает голову. Телесные позы, напряжение и расслабление мускульных систем, движения головы, рук и ног — все это имеет в нашей культуре общепринятую символическую ценность.

О типе нервной системы можно судить не только по складу и подвижности лица, но и по жестикуляции.

**9. Паралингвистическая, или околоречевая, подсистема** — вокальные качества голоса, его диапазон, тональность, тембр. Одно и то же содержание может быть передано различными средствами: вариацией высоты голоса, интонацией, ударением, паузой, особенностями выговора.

В невербальной коммуникации важные намеки могут быть обнаружены быстрее, чем в словах, так как люди часто реагируют раньше, чем оказываются готовы или способны выразить реакцию словами.

В книге Дж. Хансена, Р. Стевика, Р. Уорнера «Невербальная коммуникация в консультировании», изданной в Белфасте (2000 г.), описаны экспрессивные уровни речи как особые вокальные (голосовые) явления, которые сопровождают речи. В процессе общения эти феномены можно систематически анализировать. Хотя они вносят определенный вклад в общий смысл сообщения, сами по себе они лишены смысла. В число таких экспрессивных уровней психологи включают шесть вокальных признаков (выделяемых в любой речевой коммуникации), невербальных вокальных феноменов.

1. Интенсивность, или повышение и понижение громкости голоса. Повышение громкости обычно свидетельствует о тревоге или раздражении; понижение громкости может являться признаком недовольства или разочарования.
2. Общий уровень тона, или повышенный либо пониженный тон. Повышенный тон обычно встречается в контексте раздражения или тревоги; пониженный тон может обозначать различные проявления (в том числе недоверие).
3. Расширенный и сжатый регистры. Эти признаки означают соответственно расширение и сжатие обычного интервала между тонами произносимых фонем.
4. Зажатость и открытость. Эти качества психологически связаны со степенью мускульного напряжения, в котором находится голосовой аппарат. Чем больше напряжение, тем явственнее эффект зажатости («скрипучий» голос). Открытость, или свобода, проявляется

в гулком, раскатистом голосе, производящем впечатление авторитетности.

5. Растягивание и сокращение. Эти признаки относятся к индивидуальному темпу произнесения слогов.
6. Ускоренный и замедленный темп речи. В отличие от растягивания и сокращения эти признаки применяются для оценки более объемных фрагментов речи. Во многих контекстах ускоренный темп речи сигнализирует о раздражении или тревоге, а замедленный — о нерешительности [54].

Давление голосом может осуществляться благодаря повышению или понижению его громкости. Если люди общаются на равных, то они должны говорить примерно одинаковым тоном. Если один разговаривает тихо, а другой повышает голос, то вы ощущаете психологическое давление. Второй способ давления — интонирование. Оно настолько индивидуально, что его можно интерпретировать конкретно для каждого человека.

Хорошо звучащий голос тонизирует нервную систему, создает настроение, плохо звучащий — наоборот. Звуковое оформление речи, тембр создают эмоциональный фон разговора, который может быть приятным (положительным) и неприятным (отрицательным).

Мы можем простить недостатки внешности, но критически настроены к звучанию голоса. Если звук режет ухо, в голосе человека слышатся слишком высокие ноты, это раздражает. Мы не терпим крикливых и нервных людей, речь которых сбивчива, алогична и обрывиста.

*Овладеть голосом — это значит добиться интонационной подвижности и выразительности речи, уметь пользоваться нюансами тембра.* Требуется не только знание механизма голосообразования, но и специальная отработка навыков фонационного дыхания (например, дикторов на радио учат быстро, легко и незаметно набирать воздух; держать звук на опоре). Нужно сказать, сегодня в электронных СМИ благодаря развитию техники человек получил возможность изменять свой голос путем монтажа. Возможна коррекция голоса и в режиме прямого эфира. Человек говорит в микрофон, его речь обрабатывается программой, и на мониторе в режиме реального времени отображается его речевой спектр. Выделяются зоны низких, средних и высоких частот.

В настоящее время разработаны методики развития дикторских способностей, которые позволяют любому человеку совершенствовать свой голос.

Изучая влияние голосовых возможностей ведущих на восприятие зрителей, студентка факультета журналистики СПбГУ Ксения Лапшина обнаружила, что Яна Чурикова, в прошлом диджей МТВ, а в настоящее время ведущая телепередачи «Фабрика звезд», буквально сводит с ума, раздражает аудиторию дребезжащим, очень высоким, пронзительным голосом. Напротив, Оксана Пушкина в своей программе «Женский взгляд» — сирена, завораживающая зрителя.

Успешная журналистка имеет прямых подражателей. Мы имеем в виду «Простые истории» Натальи Фирсовой (канал ТНТ). Недостатки, связанные с голосовыми возможностями, мы находим у ведущего программы «Пусть говорят» (Первый канал) Андрея Малахова. Заметно, что у него плохая артикуляция. Он позволяет себе высокий темп речи, что выходит у него не всегда удачно. Андрей говорит громче, нежели могут себе позволить его голосовые связки. От этого создается ощущение, что ведущий вот-вот надорвется. По сути, голос Андрея отвлекает слушателя от содержания речи. Другой телеведущий, Сергей Шолохов (программа «Тихий дом»), так же, как и А. Малахов, не отличается ни хорошей дикцией, ни артикуляцией, и в то же время оказывается достаточно интересным собеседником, имеющим благодаря своим эфирам хороший рейтинг.

Можно по-разному относиться к таким самобытным ведущим, как Аркадий Вульф, Эдвард Радзинский. Кому-то очень нравится их манера говорить, но много и таких, кто буквально их ненавидит и раздражается. Несмотря на дефекты речи Вульф, благодаря великолепному лексикону и присущей только ему специфике речи, умеет вести за собой зрителя-слушателя. Мастером слова можно назвать и Эдварда Радзинского, который благодаря постоянно изменяющемуся темпу речи, интонациям, громкости действительно держит аудиторию.

Значительная доля коммуникации происходит беззвучно. Мы передаем определенную информацию окружающим людям с помощью жестов, особенностей одежды и походки, прикосновений при рукопожатии, взглядов. Кроме того, информацию несет состояние и фактура кожи, телосложение и множество других телесных характеристик.

Жесты и телодвижения свидетельствуют о степени внутренней напряженности. Несколько скованная или негнущаяся походка и порывистые или излишние жесты чаще связывают с подчиненностью, тогда как расслабленность тела со свободно висящими руками и свободные движения бедер, придающие походке упругость, расцениваются как признаки доминирования [55].



**10. Экстралингвистическая, или внеречевая, подсистема** — темп речи, паузы, смех и т. д.

Психологи утверждают, что наибольшую информацию о собеседнике несут взгляд, пространственная и оптико-кинетическая подсистемы. Одно и то же содержание может быть передано различными средствами: вариацией высоты голоса, интонацией, ударением, паузой, особенностями выговора.

Таким образом, невербальные знаки содержат социальные и психологические коды. Ими владеют различные социальные, профессиональные, этнические группы. Знание этих знаков (кодов) чрезвычайно важно для журналиста. Существует зависимость между социальным статусом, властью, престижем человека и его словарным запасом и жестикულიцией. Человек, находящийся на вершине социальной лестницы и профессиональной карьеры, пользуется богатством своего словарного запаса и выразительной мимикой. Человек менее образованный или менее профессиональный будет чаще полагаться на жесты, а не на слова в процессе общения.

Любое общение начинается с какой-то территории, пространства, на котором располагаются люди по отношению друг к другу. Это не пространство, на котором происходит физическое, визуальное и слуховое воздействие. Люди стратифицируют пространство, надевая на него незримую сетку координат-маркеров, которые позволяют довольно точно выдерживать необходимую дистанцию между собой и другими [56].

Неоценимый помощник журналиста — опыт, помогающий читать невербальные сигналы тела. Важно не ошибиться. Контекст беседы — не просто фон, но и «лакмусовая бумага», проявляющая характерные черты беседы, рисунок поведения собеседника.

Без соответствующего развития форм общения практически невозможно развитие такой области человеческой деятельности, как журналистика. Психологические знания становятся основным профессиональным инструментарием журналиста. Именно процесс общения, работа с людьми — источниками информации — составляют суть и определяют специфику журналистского творчества.

Если мы осознаем и используем профессионально психологию общения, то контролируем диалог, а если игнорируем ее — то полностью находимся в ее власти и становимся заложниками обстоятельств разговора.

## 1.7. Ступени общения

Процесс общения проходит несколько ступеней. Каждая из них может представлять логически завершённый этап процесса творчества, рассматриваться как стадия решения познавательной проблемы. Результат каждой стадии специфичен. Обычно выделяют несколько ступеней (или фаз) в акте общения:

- побуждение к коммуникации (адаптация);
- уточнение ситуации (необходимо оценить текущую ситуацию);
- непосредственная коммуникация;
- побуждение к коммуникации;
- выход (свертывание) ситуации.

*Адаптация* — первая стадия интервью, направленная на то, чтобы «растопить лёд», уделить несколько минут непринуждённой беседе, дать возможность человеку расслабиться, нацелить на плодотворное взаимодействие. Собеседники собираются в определённом помещении, выбирают себе место поудобнее или занимают предложенное, перекидываются первыми изначальными фразами, приглядываются друг к другу, одновременно оценивая психологический тип и эмоциональный образ партнёра. В этот момент действия и эмоции направлены на снятие психологической защиты вашего оппонента, идет процесс формирования и стимулирования у партнёра чувства безопасности. Человек включает для этого свои эмоциональные, физиологические, био- и умственные ресурсы. Здесь партнёры прибегают к побудительным источникам «открытия» собеседника: пытаются расположить его к себе, проявляют повышенное внимание, понимая, что это средство утверждения личности. На первом этапе неуместны панибратские жесты и реплики, напористость, суета. Но главным побудительным источником дружеского разговора становится отказ от функционального отношения к собеседнику (только как к носителю информации, а не как к личности).

Мы уже знаем, что разговор через письменный стол подчеркивает официальный стиль. Выйти из пут служебного этикета — значит переключить внимание, перейти в другое место, сменить интерьер. Оптимальная дистанция — расстояние вытянутой руки. Даже начинающий журналист знает о трех запретах. Напомним их: не курить, не крутить бесцельно авторучку, не рисовать геометрические фигуры на бумаге для рабочих записей. Все это может вызвать раздражение у вашего визави [57].

Задача, которая решается собеседниками на этом этапе, заключается в передаче положительной энергии партнеру. Журналист использует открытые позы, улыбку, заинтересованный взгляд, при этом посылает сигналы: «Я ваш друг»; демонстрирует дружеское участие, проявляет уважение к аргументации собеседника, включает в канву беседы приятные моменты (например, воспоминания).

При общении в кабинете предварительно избавляются от ситуативных помех (отключают телевизор, телефон, убирают лишние бумаги).

На этом этапе необходимо сосредоточиться на том, что говорит собеседник. Если журналист окажется благодарным слушателем, то собеседник сам добровольно продлевает время общения.

Следующий этап контакта можно обозначить понятием «*предвосхищение*» — предугадывание состояний и поступков другого, понимание рефлексов. На этом этапе выясняются позиции, мнения и сомнения. Идет интенсивная работа по прогнозированию, моделированию развития ситуации. На этом этапе общающиеся видят свою психологическую задачу в том, чтобы постоянно поддерживать поле доверия, образованное на первом этапе общения. Это решающая стадия: идет *аргументация* обеих сторон. Здесь уместна ирония. Согласие с мнением собеседника не требует аффектации.

За ним следует *кульминация* в процессе общения, подводятся итоги сказанного и услышанного, уточнение наиболее существенных результатов в обмене. Общение должно исключать моменты дидактики и претензий, что смягчает атмосферу и делает возможным «перекачивание» положительных эмоций.

Заключительный этап — это те *впечатления*, которые остались от беседы. Они проигрываются каждым в отдельности. Итоги неблагоприятной беседы оставляют ощущения неприятного осадка, благоприятные — ощущения комфорта и хорошего настроения.

*Прощание* должно быть приветливым, важно понять, с каким настроением уходит собеседник. Можно высказать пожелание надежды на дальнейшее сотрудничество. Этика поведения требует встать и провести собеседника до двери.

В процессе профессионального общения вырабатывается чувствительность к психологическим состояниям других, их стремлениям, ценностям и целям.

Существуют представления об идеальном собеседнике. Это человек, который следует определенным правилам, характеризующим его поведение, к ним относятся:

- постоянная приветливость;
- подчеркнутая вежливость;
- тактичность;
- предупредительность;
- готовность обсудить другие варианты;
- готовность взять промахи собеседника на себя;
- внимательное отношение к замечанию;
- оценка собственных действий с точки зрения собеседника (его интересы, опасения, предрассудки);
- умение воспринимать собеседника таким, какой он есть (не стремиться исправить его стиль общения в ходе беседы, не нападать на него, не читать нотации, не пытаться перевоспитать в духе своих идеалов);
- умение убеждать собеседника только с позиций, на которых тот стоит (не предъявляя свои идеалы);
- умение предъявлять претензии только косвенно (микширование личного интереса с помощью употребления слова «мы», а не «я») [58].

Выбор адекватного средства регулирования или воздействия на собеседника зависит от умения на всех уровнях фиксировать особенности, свойства и действия другого человека.

Ряд специалистов выделяет такие стадии общения:

- «Вижу, слышу, но не могу участвовать» — первая стадия.
- «Вижу, слышу то, что происходит сейчас, но не могу воздействовать на это» — вторая стадия контакта с аудиторией (с экрана).
- «Воспринимаю то, что происходит сейчас, и косвенно участвую в этом» — это тип запаздывающей обратной связи аудитории со студией в процессе трансляции (телефонные звонки).
- «Вижу то, что происходит сейчас, сам участвую в этом. И меня видят и слышат участники передачи и аудитория» — это тип общения в режиме реального времени («открытый микрофон», «прямой эфир» и т. п.) [59].

## 1.8. Препятствия, мешающие общению

Климат интервью зависит преимущественно от поведения интервьюера и характера отношений, которые он устанавливает, а не от внешних факторов. Следует говорить об активной позиции интервьюера, которая и позволяет ему следить за тем, насколько полно раскрывается собеседник. Негативный результат общения можно получить, если допускать грубые ошибки. Журналист в своей работе совершает ошибки трех видов: *организационно-технологические, общепсихологические, ошибки в стратегии и тактике беседы*

Естественному ходу разговора с человеком — источником информации или человеком, обладающим важными документами, мешает ряд препятствий и проблем. Попытаемся очертить их круг. Препятствия объективного характера — действие правовых отношений. Например, журналисту отказывают в предоставлении информации, являющейся государственной, служебной или коммерческой тайной; могут отказаться дать сведения и по этическим соображениям (бестактность), так как в случае распространения информация может нанести вред опрашиваемому человеку или его окружению.

Так, журналистка Н. по предварительной договоренности приехала в гостиницу «Прибалтийская» для беседы с актрисой Людмилой Гурченко, но раньше назначенного времени. Актриса не успела переодеться и открыла дверь: съемочная бригада бесцеремонно вторглась в ее номер. Камера уже была включена и застала хозяйку номера врасплох. Л. Гурченко развернулась, чтобы пройти в глубь комнаты. В этот момент ей показалось, что оператор специально снимает крупным планом ее открытую спину, на которой проступают веснушки. Актриса подняла скандал и выставила всю бригаду вместе с журналисткой («Мы так не договаривались!»).

Журналисты не учли специфики человека, принадлежащего к определенной профессиональной категории — актерам, которые очень уязвимы и не допускают, чтобы кто-то мог испортить впечатление об их имидже. Актеры прилагают много усилий, чтобы предстать перед публикой в лучшем виде.

Однако нередко журналисту отказывают под надуманным предлогом (не устраивает место встречи, нет свободного времени, не располагаю информацией). Отказ могут и не мотивировать, о причинах, почему человек отказывается работать с журналистом, можно только догадываться (не интересен собеседник или тема, не вызывает энтузиазма проблема). Человек может не доверять изданию, в котором работает корреспондент; избегать популярности (что бывает редко). Причиной отказа общаться часто является элементарная скромность, неуверенность в себе.

Известный петербургский журналист, очеркист С. Ачильдиев несколько раз просил об интервью известного режиссера А. М. Володина. Александр Моисеевич не отказывался, но только просил повременить. Интервью так и не состоялось. Вот как об этом пишет журналист.

То ему надо было спешно ехать в Москву, то присутствовать на репетициях, то его ожидало еще что-то, не менее уважительное... Встречаться Володин явно не хотел, но душевная доброта не позволяла ему сказать «нет».

В итоге интервью так и не состоялось. И виноват был я: плохо просил, не настойчиво, а все потому, что никак не мог отделаться от неловкости за коллег: ведь прежде, когда власть награждала Володина только плевками, мы хранили вокруг него чуть не заговор молчания, зато последние несколько лет, едва посыпались на драматурга призы и премии, готовы были снимать и писать о нем с утра до вечера. Вдобавок мы могли и не ощутить внутреннюю володинскую раздраженность: помилуйте, голубчик, мне уже восемьдесят лет, и все, что надо, я давно сказал — в книгах, на сцене, в сотнях интервью... Ну и что вам всем еще от меня надо [60].

Возможно, что у человека уже есть негативный опыт с журналистами (уже давал интервью — все бесполезно или переврали информацию). Человек не идет на контакт из опасения, что то, о чем он сообщит, не будет одобрено в обществе, поэтому страшется от утечки информации, не хочет, чтобы кто-то воспользовался эксклюзивными материалами.

Наиболее частым препятствием являются **стереотипы** в отношении к журналистам, которые в общественном сознании представлены либо как недалекие, поверхностные, выскочки, надоедающие серьезным людям, ведущие непонятный образ жизни, либо как люди очень могущественные (редко), которые могут, если захотят, помочь или, наоборот, навредить. В основе *стереотипа* лежит наличие связи между чертами внешности, манерами людей и человеческими качествами. Дорисовывая образ человека, мы приписываем ему свойства, которые существуют у подобных людей.

Часто журналистами не принимаются во внимание общепсихологические ошибки общения, хотя в научных изданиях описаны десятки типичных ошибок, наблюдаемых в межличностном общении. В их числе: эффекты ореола, новизны, упреждения, снисходительности (тенденция давать слишком положительную оценку наблюдаемому объекту), проекции, стереотипизации, иллюзии контраста, ассимиляции, барьерности, нормативного аванса. Одна из логических ошибок — делать заключение об интеллекте человека по его красноречию (любезный человек одновременно добродушен), другая — ошибка контраста (склонность подчеркивать противоположные себе черты), третья — ошибка первых впечатлений.

**Эффект ореола** вызывается в тех случаях, когда человек, который показал выдающиеся способности в какой-то частной области, воспринимается выдающимся во всех отношениях и, наоборот, провинившегося начинают считать ущербным во всем.

**Эффект порядка** возникает при получении противоречивой информации. Большой вес придается данным, представленным первыми; при общении со старыми знакомыми — наоборот, большой вес придается последним сведениям.

В научной литературе описан и **эффект опережения** — сведения, полученные непосредственно перед началом акта, общения, усваиваются глубже.

**Эффект средней ошибки** — стремление смягчать оценки наиболее ярких сторон, усреднять [61].

На каждом этапе коммуникации могут возникнуть барьеры. Прежде всего это **семантические** барьеры, вызываемые социальными, культурными, психологическими причинами, различием в образовании. Сбои и ошибки происходят в системе кодирования информации, появляются, когда не учитываются мировоззренческие, религиозные, профессиональные и возрастные различия.

Часто препятствия в общении содержатся в нас самих.

- Мы перекладываем ответственность на других, вместо того чтобы нести ее самим.
- Лицемерие из любезности приводит к деградации наших чувств.
- Мы позволяем заглушать в себе силу, дающую нам независимость, фантазию.
- Неспособность сконцентрироваться на важном и отторгнуть все несущественное, второстепенное.
- Незнание механизмов психологической защиты, к которым прибегает собеседник, также не позволяет понять поведение собеседника.

Психологические **внутриличностные** защиты возникают, когда собственные устремления не совпадают, противоречат друг другу, а несогласованность вызывает тревожность и страх перед дезориентацией. В этом случае вступает в действие защита. **Межличностные** защиты возникают у людей, вступающих в общение при несовпадении интересов, установок и желаний. Естественным образом у них могут зародиться противоречия, что вызывает стремление защититься.

В зависимости от характера угрозы человек автоматически применяет средства специфической психологической защиты (со временем это может перерасти в привычку). Почувствовав со стороны другого попытку манипуляции или давления, человек выбирает обычно одну из шести базовых установок.

**Уход** — увеличение дистанции, прерывание контакта, удаление за пределы досягаемости влияния агрессора. Крайним выражением

этой стратегии можно считать отчуждение, полную замкнутость в себе, отказ от контактов с людьми. Обычным проявлением этого вида защит является смена темы беседы, прерывание ее, уход от контактов с неприятными людьми под благоприятным предлогом.

*Изгнание* — тоже увеличение дистанции, удаление агрессора. Оно может сопровождаться колким замечанием, насмешкой, осуждением.

*Блокировка* — контроль воздействия, выставление преград на его пути. Может выражаться в виде смысловых и семантических барьеров («Я не понимаю, о чем идет речь»).

*Управление* — контроль воздействия, исходящий от агрессора.

*Предельное выражение* — подчинение себе другого человека. Привычные способы использования тактики защит — жалобы, плач, подкуп, попытки подружиться, спровоцировать желаемое поведение.

*Замирание* — контроль информации о самом субъекте, ее намеренное искажение или сокращение. Крайняя форма — оцепенение. Чаще всего проявляется в сокрытии чувств, обмане.

*Игнорирование* — контроль информации об агрессоре, искаженное восприятие агрессора или угрозы с его стороны. Предельная форма выражения — утрата адекватности восприятия, иллюзии. Обычно проявляется как стереотипизация (он дурачится), объяснение манипуляции позитивными намерениями (мне желают добра) [62].

В повседневной практике общения с людьми журналист встречает практически все формы защиты, стремясь максимально их снять. Не всегда это удается. Журналист пытается проникнуть во внутренний мир собеседника, зацепить его слабые места, но тот старается каким-то образом закрыться, не позволить задеть себя («не нужно лезть в мою душу»). Если реакцию адресата не предугадать, то не к чему будет подстраиваться. При сильном давлении на собеседника можно нарваться на встречную активность и даже агрессию. Это процесс похож на борьбу «кто кого». Человек будет цепляться к словам, уточнять с недоверчивой интонацией («К чему этот разговор»? «Куда вы клоните?», «Скажите прямо, чего хотите?») [63].

Контакт между журналистом и источником информации особенно затруднен, когда журналист работает в режиме расследования. Но ведь журналистика, прежде всего, должна заниматься проблемами, «искать противоречия, а люди, с которыми мы чаще всего говорим, эти противоречия обычно скрывают — особенно политики. Никакой министр никогда не скажет обществу всю правду, хотя, по идее, должен бы... поэтому приходится копать. ...Такова профессия журнали-



ста, да и людям интереснее читать о проблемах, нежели о садике, где цветет и благоухает» [64].

Человек может не желать давать информацию или бояться. В таком случае важно найти собеседника открытого. Каждому из источников информации нужно задавать не более 2–3 вопросов, не вызывая лишних подозрений. Журналист должен создавать впечатление, что знает больше, чем на самом деле. Лучше показать собеседнику, что вы ему симпатизируете, чтобы вызвать ответную реакцию.

Имеет значение **порядок контактирования** с источниками информации. Целесообразно последовательно опрашивать людей, имеющих интересующую вас информацию, при этом должна быть учтена возможная связь между ними и, соответственно, утечка информации. Важно, чтобы они не смогли предупредить друг друга. Последним должен быть опрошен ключевой источник. Обладая наиболее полными сведениями, журналист тем самым защищает себя от ложной информации, которую ему может дать последний источник. Ведь он не заинтересован в разглашении сведений. Разговор может носить враждебный характер, поскольку ваш контрагент не намерен снабжать вас достоверной информацией. Так часто бывает, когда журналист расследует обстоятельства криминального запутанного дела.

Общение в режиме расследования может предполагать, что журналист скрывает свое лицо, утверждает ложную личность. Таким образом он может проникнуть в тайну и получить сведения, носящие закрытый характер.

Вы можете заранее разработать тему и сюжет разговора. Однако собеседник будет навязать вам свою тактику, испытывать ваше терпение. Он может как бы случайно уйти от темы, поддерживать отвлеченное, навязывать более выгодные ему темы или просто выслушать ваш вопрос внимательно, тем не менее игнорировать его, вернуться к первоначальной теме. Ваше внимание переводят на предметы, не имеющие отношения к делу, предлагают выбор без выбора. Журналист должен помнить, что им тоже могут манипулировать. Человеку, владеющему защитными механизмами, легко обыграть журналиста. Это происходит потому, что мы опасно недооцениваем силу влияния других людей и ситуаций, порой ведем себя слепо, «поддаемся стереотипам, помогающим обводить нас вокруг пальца» [65]. В ходе беседы может возникнуть даже неприязнь к собеседнику. Навязчивое желание доказать свою силу, преимущество над партнером вызывает негативную реакцию.

Количество взаимных воздействий так велико, что не всегда удастся заметить сдвиги в поведении партнера и в ситуации. Бывает некогда проанализировать и свои собственные состояния.

Журналистка Ксения Лакшина на студенческом семинаре по психологии общения поделилась впечатлениями от встречи с уникальным в своем роде человеком, с которым первоначально у нее установился прекрасный контакт, но на каком-то этапе этот человек замкнулся и под интеллигентным предлогом не стал общаться с журналистами. Съёмочной группе пришлось ретироваться.

Готовился сюжет о Мариинском театре, в котором много лет героиня работала руководителем костюмерного цеха. Она с удовольствием рассказывала и показывала уникальные костюмы, которые использовались в съемках известных фильмов, делилась секретами их изготовления; рассказывала о знаменитых артистах, которые в них выступали. Было видно, что человек влюблен в свое дело, так подробно она рассказывала о каждой детали. Понятно, что все нюансы не могли быть засняты и показаны зрителю. Журналистка не располагала временем и, чтобы поторопить собеседницу, задала ей вопрос: *«Спасибо. Это все очень интересно, а не могли вы сказать, где об этом можно прочитать?»*. В ответ услышала: *«Не знаю»*. И после паузы: *«Я устала»*. Больше она на контакт не пошла.

Анализируя ситуацию, журналистка поняла, в чем причина. То, о чем рассказывала собеседница, действительно нигде нельзя прочитать. Она недооценила человека, его уникальные знания и способности, обошлась с ними небрежно. Героиня не смогла стерпеть того, что к ней отнеслись функционально — не как к личности, а как к обладателю неких сведений (т. е. почувствовала манипуляцию).

Манипуляции могут лишь угадываться на подсознательном уровне. Но самые **сильные и грубые воздействия можно выявить и предотвратить**. Манипулируя другим человеком, но не распознав того, что и вами манипулируют, можно быть сраженным «собственным оружием». И здесь в очередной раз мы вынуждены призывать вас не использовать манипуляции, а добиваться взаимного уважения в общении.

Успех обещает лишь кропотливая работа, которая заключается в том, чтобы:

- расспросить тех, кто хорошо знает будущего собеседника, в том числе коллег в редакции, имевших с ним дело;
- изучить материалы прессы, если он уже становился предметом интереса журналистов;
- познакомиться с результатами его профессиональной деятельности;

- заняться самообразованием в той области, где собеседник — дока;
- найти биографические сведения о нем;
- определить его пристрастия, привычки, круг друзей и интересов.

У профессионалов есть ряд запретов, которым они следуют неукоснительно, потому что знают, что их нарушение может поставить под удар саму встречу. Например, такой: **«Никогда не подходи к человеку, когда он занят или ест».**

Идя на встречу, журналист заботится о своем имидже, облике и поведении. Студентка факультета журналистики М. опросила своих коллег, заботятся ли они о своем внешнем виде, когда идут на встречу с героем, и меняют ли одежду в зависимости от того, какой статус имеет собеседник? Большинство отвечало, что хотят быть самими собой, т. е. ведут себя так, как им привычнее.

Вот я, к примеру, представляю собой весьма солидную подкрашенную даму в брючном костюме, — говорила одна журналистка, — и, несмотря на то что совсем недавно меня отправляли в командировку в сельскую местность писать о проблеме обслуживания в местных заведениях общепита, думаете, я стала переодеваться и менять свой имидж?

Я все время хожу в потертых джинсах и свитере, — говорит другая, — я не крашусь. И тем не менее меня это не смущает, я никогда не меняю образ, независимо от того, с кем предстоит мне беседовать, будь то простой консультант фирмы или директор крупного центра. Ведь главное не в том, как я выгляжу, а в том, насколько я хороша как профессионал.

Здесь не может быть четких рекомендаций. Каждый добивается успеха, используя свои профессиональные приемы. Нет ничего зазорного в том, что журналист лицедействует, подыгрывает собеседнику, ведь это не нарушает нормы. У каждого человека свой психологический склад, свой характер. Однако осознание того, что внешние черты и манеры интервьюера воздействуют на восприятие интервьюируемого и помогают чутье воспринимать психические особенности собеседника, влияет на весь комплекс интервью.

В приведенном примере журналистки уверены в силе своих профессиональных качеств и не придают значения первому впечатлению. Другие журналисты осуждают тех, кто не меняет одежду и стиль поведения в зависимости от собеседника, считая, что поведение журналиста, соответствующее общепринятым нормам, обеспечивает лучший контакт [66]. Еще одно немудреное правило, которое тоже нужно запомнить: **«Журналист имеет право рассказывать лишь о тех людях, которые интересны читателям»** [67].

Вот пример, который из собственной журналистской практики привела студентка М.

У редакции популярного журнала «Красный» возникла потребность в новогоднем интервью с какой-нибудь петербургской актрисой. Предполагалось, что героиня поделится воспоминаниями и веселыми историями, расскажет несколько баек. Информационный повод предполагал, что материал будет носить веселый характер. Изначально героиней интервью была актриса Молодежного театра Ирина Полянская, которая рассказала журналисту несколько предпраздничных историй — веселых и трогательных. Несмотря на то что по текстовым и стилистическим параметрам у журнала не возникло претензий, в редакции остались недовольны материалом.

Редакция журнала не нашла актрису остроумной, тема Бога показалась неуместной, а истории — несколько неуклюжими. Таким образом, главной причиной, по которой текст в данном журнале не появился, можно считать то, что героиня не попала в формат. Этот материал опубликовал другой журнал — «Театральный Петербург» (2003. № 1).

С. Н. Ильченко предлагает взять за правило следующее положение: **«Никогда не обещать, что интервью будет опубликовано, так как могут измениться обстоятельства»** [68].

Еще одно правило: прежде чем спрашивать, как найти ваше учреждение, загляните в справочник. Нельзя показывать свою неосведомленность, особенно когда это всем известное место.

Журналист Новополянский пишет о своем коллеге:

Один сотрудник собрался в популярный театр, чтобы потолковать о планах и делах его коллектива, о репертуаре в новом сезоне. Звонит по телефону, договаривается с директором о встрече. Все идет гладко, на мази. А тут наш театрал испортил кашу заключительным вопросом: «А где находится театр?». Директор положил трубку. У него пропала охота говорить с журналистом, которому, в общем-то, безразличны интересы и жизнь театрального коллектива. О чем толковать с таким человеком? [69].

Журналист совершает ошибки, бывает слишком агрессивным или робким. Это может быть причиной его неудач. Чтобы избежать невольности в общении, нужно тщательно подготовиться.

К примеру, журналисту-стажеру поручили подготовить интервью с директором нового завода. Журналист был воодушевлен интересным предложением. Как ему показалось, он подал материал живо. Однако в редакции интервью переписали заново. Произошло это оттого, что у интервьюера разговор с директором завода не получился,

нужной информации собрать не удалось. Вместо портретного интервью пришлось писать интервью с экспертом, а нехватку информации восполнять описанием малозначительных деталей и красочным описанием самого предприятия.

Написан не один десяток книг, в которых молодой журналист может получить напутствия в проведении успешных интервью, ознакомиться со всеми способами, методами и правилами его организации, подготовки и проведения. Но это не обеспечивает ему гарантии проведения эффективной беседы или встречи. Даже профессионалы, которые научились автоматически контролировать и себя, и собеседника, порой допускают ошибки. Никто не застрахован от глупых вопросов и непредсказуемых ситуаций. Случается, что получаешь в ответ совсем не то, что хотел услышать. Подобное случилось с молодой журналисткой «Делового Петербурга».

Дело было на пивзаводе «Балтика». Туда понаехала чертова куча акционеров, в том числе покоренных возрастом иностранцев. Как раз было отчетное собрание по итогам работы ОАО «Балтика».

Меня, журналистку, которая всю жизнь общалась с правоохранительными и иными органами, отправили на это собрание пивных монстров. И, так сказать, чтобы я не подкачала, не позорила седин «Делового Петербурга», редактор вручил мне нехилый список вопросов. На собрании коллеги-журналисты из других изданий уже задали почти все вопросы, которые были в моем списке. У меня остался один вопрос и один шанс показать себя и газету «Деловой Петербург» во всей красе. Добившись у пресс-секретаря права задать вопрос, я зачитала его по бумажке. Вопрос звучал так: «А какой вид продукции у вас продается лучше всего?». В зале наступила гробовая тишина, иностранцам перевели мой вопрос. Все задумались. Самым сообразительным оказался генеральный директор пивзавода «Балтика» Баллоев, который пожал плечами и совершенно неуверенно сказал: «Пиво...» [70].

**Организационно-технологические ошибки** в работе журналиста связаны с тем, что он выбрал неудобное место или время встречи, не настоял на своем варианте, не предусмотрел возможность мешающих факторов (например, наличие при беседе посторонних людей), не оговорил заранее со своим героем, когда можно начинать съемку.

Мы уже знаем, что общение всегда определяется условиями, в которых оно протекает. Интервью начинается с территории, пространства (т. е. с физических условий). Интерьер помещения или атмосфера создают изначальный контекст. Местом общения может стать скамейка в саду, кафе, студия на телевидении, автомобиль, квартира,

гримерная и т. д. Посмотрим, как действует обстановка на характер беседы и его результат.

После встречи с известным актером журналистка Елена Боброва рассказывает об обстановке, в которой проходила беседа. «Дело было в холодную зимнюю пору. Театр комедии, где служит (как говорят театральные люди) Анатолий Равикович, был погружен в «блокадную» тьму и сырость. Равикович, почти как его знаменитый Хоботов, смиренно поведал мне о лопнувших трубах и предложил побеседовать где Бог послал — прямо на улице.

Если бы я знала, какой простудой обернутся эти «романтические» посиделки на ветру, попыталась бы уговорить Анатолия Юрьевича дислоцироваться в ближайшем кафе. Но, увы, беседа наша состоялась на скамейке, продуваемой всеми ветрами Малой Садовой. Неподалеку прогремела телега, заглушая порой неторопливую тихую речь Равиковича; противно каркала воронье, народ суетился-мельтешил перед глазами, сбивая с мысли. Может, оттого и мысли-то все шли в голову невеселые» [71].

Напротив, правильно выбранное место встречи с героем как нельзя лучше помогает ему раскрыться.

Портретное интервью в газете «Смена» (под рубрикой «Крупным планом») «Свободу Ивану Латышеву» договорились заранее провести в ТЮЗе. Но встреча состоялась не в театре, а около театра. Всем хотелось гулять, сидеть на траве и наслаждаться летом. Именно поэтому разговор перенесся на лужайку возле ТЮЗа, и такая естественная обстановка располагала к непринужденному общению. Наверное, вследствие такой обстановки разговор не казался интервьюированием, а был похож на беседу приятелей. Речь шла о спектакле «Леший» по пьесе Чехова, в котором Иван Латышев выступил не только в привычной роли актера, но и в дебютной — режиссера. Спустя некоторое время респондент предложил перейти на «ты», данный переход максимально приблизил ситуацию «респондент — интервьюер» к ситуации «приятель — приятель».

Иван Латышев, лежа на траве и покуривая «Беломор», не ставил перед собой и журналистом никаких преград, казалось, человек открыт полностью и готов рассказывать и рассказывать. Так оно и было. Респондент не имел заготовленных шаблонных ответов и готов был затрагивать любые темы. Успех интервью был предопределен [72].

## 1.9. Этика профессионального общения

В процессе сбора информации журналисту приходится решать этические проблемы для создания оптимальных условий общения с формирующими людьми и людьми, имеющими доступ к документам.

Успех общения с ними зависит от многих факторов — от способности журналиста выполнить все режимные требования в случае, если доступ к источнику ограничен, преодолеть не только организационные трудности (выбор места встречи, времени, участников беседы), терминологические препоны (например, при беседе с ученым), но и психологические барьеры. Приложить максимум усилий к тому, чтобы вызвать к себе нравственное доверие. На ход беседы может повлиять любая мелочь — то, как формулирует журналист цель визита (встречи), как мотивирует необходимость дать информацию и убеждает в том, что опубликованные сведения будут правильно оценены аудиторией.

Совокупность многих необходимых внешних и внутренних качеств журналиста влияют на благоприятный ход беседы и налаживание контакта с источником информации.

Так же, как и актеру, журналисту необходимо «чувство партнера».

На основе логической и эмоциональной оценки каждый раз заново журналист определяет этичность вопроса и его уместность. Учитывать надо весь комплекс информационного поля — предрасположенность человека к разговору, обстановку, характер информирующего лица, его профессиональные навыки.

Журналист вынужден учитывать каждую мелочь — обстановку, психологический настрой собеседника, его мотивировку, представление о целях беседы. Аккуратность требуется в формулировании вопросов; необходимо выполнение ряда самозапретов: при всем искушении не затрагивать интимных сторон жизни человека, не вторгаться в область, в которой собеседник не компетентен, не провоцировать его на грубые ответы, не злоупотреблять контекстуальными вопросами. Собеседник может насторожиться, ведь косвенные и подталкивающие вопросы дискредитируют его как собеседника, подчеркивают недоверие к нему.

Этичной следует считать такую беседу, в ходе которой журналист не спрашивает о том, что входит в его компетенцию, не вторгается в личную жизнь, не ставит провоцирующих вопросов, а, напротив, в трудных ситуациях помогает собеседнику, не злоупотребляет контрольными вопросами, не выражает недоверия к собеседнику, не унижает его честь и достоинство [73]. Это не исключает активной позиции журналиста.

«Обманные методы оправданны только в тех случаях, когда вред обществу от замалчивания сведений больше того вреда, который будет нанесен тем или иным лицам публикацией этих сведений» [74]. В любом случае при применении обманных методов журналист не

имеет права моделировать ситуацию по своему произволу, сталкивать людей, провоцируя их на «холостые» поступки, ради решения творческих задач подвергать других искусственному моральному испытанию. Д. С. Авраамов замечает, что «есть не только практики, но даже теоретики журналистики, которые считают эксперименты такого рода вполне допустимыми и, более того, призывают журналистов самих создавать ситуации, дающие возможность увидеть человека в деле, в экстремальных условиях» [75].

В интервью разных изданий журналисты проявляют разную степень раскованности при общении с собеседником. Интервью с певцом и шоуменом Борисом Моисеевым в газете [76] — пример доброжелательных отношений между журналистом и интервьюируемым. Однако из текста можно понять, что звезда с конкретным журналистом встречается не в первый раз. *«Вы же сами однажды уверяли меня, что в России не существует голубой мафии?»*. Беседа в целом свободная — ни журналист, ни его собеседник не стесняются в выражениях и формулировках: *«Я же не буду писать бред вроде того, что я поступил в училище, где, выходя из класса, был зажат дверью, после чего мне прооперировали правое яйцо, и я стал геем...»*.

В арсенале журналиста есть эффективные, допустимые нравственными нормами приемы и методы сбора достоверной информации. Такие, например, как верный выбор для начала «настроечной» темы, стимулирование мнений; переключение внимания собеседника с его персоны на другие объекты или события, придание разговору полемической направленности, стремление разбудить в собеседнике азарт рассказчика. Оптимальные условия общения включают организационные моменты — предварительное согласование темы, места встречи, времени, начала и продолжительности, количество участников. Успех общения зависит от установления доверия между журналистом и его собеседником, от способности преодолеть барьеры — терминологический (например, в разговоре с ученым или специалистом), режимный (если доступ к источнику затруднен), психологический и этический.

Практически всегда возникает барьер из-за опасения интервьюируемого, что его сведения будут неправильно поняты и оценены и что ими воспользуются в неблагоприятных целях. Василий Н., частный детектив, бывший офицер милиции, на страницах газеты «Час пик» дал несколько рекомендаций тем журналистам, которые сталкиваются с проблемой поиска источников информации (на примере истории с пропавшими без вести людьми).



Самое главное, что надо сделать: максимально восстановить ход событий, предшествовавших исчезновению человека, буквально поминутно его расписать. Отталкиваться надо с самого утра. Не с той точки, когда человек пропал, а с самого утра. Выяснить, как человек встал, с каким настроением пошел на работу или учебу, каким маршрутом он поехал. Попытаться полностью повторить маршрут, выявить людей, с которыми контактировал. В ходе этого провести обязательный опрос всех контактеров, все фиксировать на пленку — потом люди будут отпираться от своих показаний или забудут важные детали.

По поводу телефонного обзвона больниц и моргов, куда доставляют потерпевших, надо иметь в виду, что потерпевшего могут доставить и в любую ближайшую к месту события больницу. **Поэтому никогда не надо ограничиваться только телефонным звонком.** Есть такое понятие, как человеческий фактор, и тот человек, который отвечает вам на том конце провода, может быть ленив, безалаберен и пьян. **Надо лично ездить, лично говорить, проверять все самому, чтобы потом иметь возможность на сто процентов отбросить неправдоподобные версии** исчезновения и сосредоточиться только на самых вероятных [77].

Налаживание отношений — тонкий организационный механизм. Благоприятный исход беседы зависит от совокупности личностных качеств журналиста («чувство партнера», журналистское обаяние, внешний вид, этичность вопросов).

Следование юридическим и этическим правилам не исключает активного поиска информации, использование таких методов, как «скрытая камера», «журналист меняет профессию». Цель — польза неведением источника, наблюдать за ним в так называемых естественных условиях, получить сведения, характеризующие человека или явление изнутри.

Эти методы имеют не только преимущества, но и недостатки. Журналист может нанести ущерб конкретному человеку или организации, поэтому сфера применения методов ограничена. Так, нельзя использовать как прикрытия при сборе информации профессию врача или юриста.

**Выводы.** Профессионализм в работе журналиста определяется овладением техникой эффективного расспроса, аргументации, умением вести дискуссии, оценивать партнера по общению (читать мимику, жесты, позы), применять приемы снятия эмоционального напряжения.

Профессиональная психологическая культура предполагает знание психологических закономерностей, определяющих динамику

психических процессов. При работе с людьми важно систематически накапливать достоверные знания по вопросам общения, использовать продуктивные новые практики социальной коммуникации, одновременно сохраняя и закрепляя традиционные формы.

Первоосновой профессионального общения является понимание языков, с помощью которых человек посылает другому видимые и невидимые сигналы, эмпатическое (сочувственное) восприятие партнера по общению. Знание социальных ролей и статуса участников общения помогает снять или нейтрализовать часть психологических барьеров. Ум и эмпатические способности журналиста, сопереживание, широта проявлений человеческих качеств помогают «раскрыть» собеседника.

Реальность может не походить на представление о предстоящей беседе. Часто мешает предвзятость: использование наборов оценочных стереотипов различного уровня обуславливает недостаточную глубину проникновения в личность другого. Избежать стереотипов помогают опыт общения, взаимные контакты. Более того, накопленный годами подобный опыт делает любой контакт для журналиста естественным.

Не только предметная подготовка, но и опыт помогает усваивать методологический принцип оценочных суждений, развивать способность к фиксации и поддержке релевантных (значимо важных) тем.

Содержание акта общения зависит не только от предметного содержания диалога, но и от физического окружения, мизансцен, атрибутов.

От журналиста требуется интенсивная сосредоточенность, развитый внутренний слух. На первом этапе продуктивно нерефлексивное слушание, невмешательство в речь собеседника (особенно когда интервьюируемый высказывает свою точку зрения, когда говорит о своих личных переживаниях). Знаки внимания поддерживают разговор, нейтральные фразы снижают напряжение. Но бывает так, что слушать нечего (неумение, нежелание говорить).

Выбирая собеседника, применяйте психологический инструментарий, он поможет определить субъективные свойства партнеров, степень их закрытости и открытости, выявить негативные установки, повысит вероятность найти действительно интересного собеседника и, главное, сэкономит время, затрачиваемое на непродуктивное общение. Во всех случаях нужно быть спокойным, вести корректную линию поведения. Делайте упор на профессионализм. Поняв, кто перед вами, изберите нужную тактику, опираясь на достоинства данного типа собеседника.

Эффективность общения зависит от понимания вами таких факторов, как исполняемые людьми роли, жизненные сценарии, побудительные источники, биопсихические ресурсы личности, состояние и динамика познавательных особенностей собеседника, харизма (т. е. личностные свойства, вызывающие веру в ее силу, возможности, достоинства), а также средства экспрессии (интонация, телодвижения, мимика, жесты). Все это выражается в особенностях памяти собеседника, восприятия, в проявлениях различных чувств (радости, печали, гнева), процессов возбуждения и торможения. Точно так же необходимо многосторонне оценивать себя (привычки, темперамент, интересы, мотивы, положительные и отрицательные качества) и то, как все это воспринимают.

Психология воздействия предполагает, что партнеры обладают единой системой кодирования, однако могут возникать барьеры общения: социальные, политические, профессиональные, религиозные.

Ошибки неизбежны в оперативной работе журналиста, однако их можно свести к минимуму, если знать причины типичных оплошностей и запрограммированных на неудачу ситуаций. Предельная внимательность и самодисциплина снижают вероятность ошибок. Готовься к худшему — получишь лучшее! Выбирай удобное время и место встречи, проигрывай в голове мизансцены и сценарии действия и будь готов к любому неожиданному повороту судьбы.

В процессе общения каждый проделывает несколько процедур: фиксирует особенности, свойства и поступки других в рациональной, эмоциональной, интуитивной формах; выявляет причинно-следственные связи в самопроявлении другого; выбирает адекватные средства реагирования или воздействия на партнера, проверяет результаты реагирования или воздействия на другого человека.

Главным ориентиром для журналиста в его работе с источниками информации должно быть общее правило: «Не навреди», уверенность в позитивном разрешении ситуации. Двусмысленность может бросить тень на репутацию человека.

## Примечания к разделу 1

1. Шостак М. Журналист и его произведение. М., 1998. С. 50.
2. Горохов В. М. Слагаемые мастерства. М., 1982. С. 144.
3. Семенов В. Е. Искусство как межличностная коммуникация. СПб., 1995. С. 68.

4. Там же. С. 69.
5. *Бухарцев Р.* В фас и профиль // Журналист. 1969. № 7. С. 6–10.
6. *Гаймакова Б. Д., Макарова С. К., Сенкевич М. П.* Мастерство эфирного выступления: Учебное пособие. М., 1996. С. 9–10.
7. Цит. по: *Таранов П.* Логика хитрости: о поведении людей конкретно и откровенно. М, 1999. С. 11.
8. Интервью с Игорем Свиначенко // Российская газета. Федеральный выпуск. 2007. 14 августа.
9. *Рубинштейн С. Л.* Принципы и пути развития психологии. М., 1961. С. 180.
10. *Петропавловский Н. Н., Ситников А. П.* Путь к власти. М., 1996. С. 25.
11. *Томсон П.* Секреты общения. СПб., 2000. С. 176.
12. Там же. С. 174.
13. Там же.
14. *Я — Мы — Ты.* М., 1986. С. 148.
15. *Белановский С.* Методика и техника фокусированного интервью. М., 1993. С. 183.
16. *Томсон П.* Секреты общения. СПб., 2000. С.174–175.
17. *Кузин В. И.* Психологическая культура журналиста. СПб.: СПбГУ, 1997. С. 11.
18. *Беглов С. И.* Монополия слова. М., 1989. С. 215.
19. Огонек. 1989. № 48.
20. Аргументы и факты. 2003. № 28. С. 17.
21. *Цветков Э.* Мастер самопознания, или Погружение в «Я». СПб., 1995. С. 19.
22. Там же. С. 22.
23. *Дерябко С. А., Ясвин В. А.* Гроссмейстер общения. М., 1998. С. 14–15.
24. *Льюс Б., Пуселик Ф.* Магия нейролингвистического программирования без тайн. СПб., 1995. С. 64–66.
25. *Томпсон П.* Указ. соч. С. 66.
26. Петербург на Невском. 1997. Сентябрь. №8.
27. *Федосеев Д.* Основы практической психологии. М., 2000 ([www.dere.ru](http://www.dere.ru)).

28. Введение в нейролингвистическое программирование. Челябинск, 1998. С. 24.
29. *Лунев П., Амбернади Г.* Момент истины или момент смерти // Журналист, 1992. №9. С. 42.
30. *Беркли-Ален М.* Забытое искусство слушать. — СПб.: Питер Пресс, 1997. С. 13.
31. *Беркли-Ален М.* Указ. соч. С. 27–28.
32. Интервью с Игорем Свиначенко // Российская газета. Федеральный выпуск. 2007. 14 августа.
33. Там же.
34. К барьеру: 50 процентному барьеру: Интервью В. Соловьева // НТВ.ру. Пресс-служба.
35. Работа журналиста сродни профессии разведчика // Работа и зарплата. 2007. 10 декабря. Интервью Виталия Крюкова с Юрием Кобаладзе.
36. «Моя эрогенная зона — интеллект!»: Интервью Юрия Оводова с Владимиром Соловьевым // [www.e1.ru/news/](http://www.e1.ru/news/).
37. «Поле битвы с олигархами досталось чиновникам-мародерам»: Интервью Константина Трифонова с Владимиром Соловьевым // Топ-менеджер. 2006. Декабрь.
38. Интервью с И. Свиначенко // Российская газета. Федеральный выпуск. 2007. 14 августа.
39. *Фэнг И.* Теленовости: секреты журналистского мастерства. СПб., 1985. С. 130.
40. Оставайтесь скептиком. Советы американского коллеги // Журналист. 1999. № 3–4.
41. Десять великих русских актрис. Алла Демидова — строгая (интервью Игоря Григорьева с Аллой Демидовой) // ОМ. 2003. Апрель. С. 110–114; 134–136.
42. *Плешаков Л.* Интервью — начало всех начал // Профессия — журналист. 2000. № 10. Искусство разговаривать и получать информацию / Под ред. Б. Н. Лозовского. М., 1993.
43. Персональная веб-страница журналиста Анатолия Рубинова E-mail: [rubinov@npi.ru](mailto:rubinov@npi.ru).
44. Не гоняйте журналиста // Деловой Петербург. 2006. 20 апреля.
45. *Федосеев Д.* Основы психологии общения. М., 2000.

46. Федосеев Д. Там же.
47. Там же.
48. Там же.
49. Аксельрод А., Хольти Д. 201 способ победить в ситуациях трудного общения. Екатеринбург, 2000.
50. Гримак Л. П. Резервы человеческой психики. М., 1977. С. 83.
51. Невербальные средства и их аспекты в деятельности журналиста: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Краснодар, 2004.
52. Роцаковский В. Жесты нас выдают // Неделя. 1993. № 33.
53. Томсон П. Секреты общения. С. 195.
54. Communication Without Words Psychology Today. September. 1968. P. 53.
55. Годфруа Ж. Что такое психология? Соч.: В 2 т. М.: Мир, 1992. С. 100.
56. Безмолвный мысли знак. М., 1992. С. 129.
57. Блажнов Е. Секреты общения // Журналист. 1994. № 10. С. 48–49.
58. Лазарева Э. Телерадиоречь как учебная дисциплина // Журналистское образование в XXI веке. СПб., 2000. С. 104–109.
59. Лазарева Э. Речь ведущего на телевидении. Екатеринбург, 2000.
60. От Петра Великого до Александра Володина // 24 часа. 2003. № 41. С. 19.
61. Годфруа Ж. Указ. соч. С. 100.
62. Журбин В. И. Понятие психологической защиты в концепциях З. Фрейда и К. Роджерса // Вопросы психологии. 1990. № 4. С. 14.
63. Доценко Е. Л. Механизмы манипуляций. М., 1996. С. 210.
64. «Шпрингер независим, потому что мы зарабатываем на жизнь сами» // Журналист. 2002. № 5. С. 28–29.
65. Волков Е. Обманы вокруг нас // Школьный психолог. 2000. № 5.
66. Ильченко С. Н. Интервью в журналистском творчестве. СПб., 2003. С. 80.
67. Указ. соч. С. 86.
68. Ильченко С. Н. Интервью в журналистском творчестве. СПб., 2003. С. 86.
69. Смена. 2002. 1 марта.
70. Как я опозорилась на пиве // Деловой Петербург. 2005. 26 мая.

71. Анатолий Равикович: «Я — все равно Карлсон. И мне никуда от этого не уйти // Курьер. 2003. № 6. 14–20.
72. Смена. 2002. 1 марта.
73. *Авраамов Д. С.* Профессиональная этика журналиста. М., 1991. С. 168.
74. *Авраамов Д. С.* Там же. С. 174.
75. Там же.
76. Невское время, 2002. 21 февраля.
77. Час пик. 21–22 января.

## Раздел 2

---

---

# Интервью — неизменный журналистский метод

---

---

Общайтесь с людьми так, как будто они на самом деле такие, какими они хотели бы быть, и вы сможете им стать такими.

*И. Гёте*

В этом разделе книги мы поговорим о специфике метода интервью, используемого в повседневной практике журналиста. Попробуем показать:

- как складывается структура беседы, когда журналист выступает инициативной стороной;
- какие стили, виды и типы поведения демонстрирует журналист в ходе ведения интервью;
- какие использует способы речевого воздействия на собеседника в процесс сбора информации для журналистского произведения;
- какие типы вопросов использует в практике общения.

### 2.1. Журналист — инициативная сторона

Чем диктуется взаимодействие журналиста и интервьюируемого? Журналист не просто расспрашивает людей, он держит в голове идею будущего произведения. Расспросы людей в редакционных интересах имеют единственную цель — сбор информации. Чтобы создать одно произведение, журналист, как правило, опрашивает немалое количество людей. При этом он должен быть готов к тому, что некоторые не захотят пойти на контакт либо попытаются ввести в заблуждение. В таком случае он прибегает к специфическим методам получения информации — «интервью врасплох» и «замаскированное интервью» [1].



Человек, который соглашается на интервью, делает это по разным причинам.

Для одних согласие может быть продиктовано жадной популярностью, для других желанием передать эксклюзивную информацию, которой заинтересуются тысячи людей, для третьих важно просто выговориться. Четвертые соглашаются на интервью, чтобы дать отповедь тем, кто распространяет слухи и домыслы об их персоне (так, например, в различных СМИ одновременно была организована целая серия интервью с Андреем Луговым по поводу его причастности к убийству Александра Литвиненко). Но чаще человек идет на интервью под давлением общественных норм, видит в этом акте гражданский долг. Так, ежедневно на телеэкране мы видим людей, которые стали очевидцами событий, в основном экстремальных, где перед камерами они дают добровольные «показания» журналисту. К сожалению, в последнее время техногенные катастрофы ежедневно подбрасывают сюжеты для острых репортажей, куда вкрапляются мини-интервью с жертвами, очевидцами различных катастроф, их родственниками и сослуживцами (взрывы в жилых домах в Татарии и Ставрополье, террористические акты в Дагестане).

В таком взаимодействии журналист, хотя и является инициативной стороной и человеком, направляющим ход разговора, но целиком зависит от собеседника, от его желания раскрыть какие-то факты, собранности, психологического состояния. И здесь от журналиста требуется целый комплекс надежных профессиональных и личностных качеств, которые служат достижению цели: хорошая память, высокая собственная организованность, психологическая устойчивость, общительность, любознательность, быстрая реакция, сила воли, настойчивость, находчивость. Надежность: достаточный уровень развития у журналиста необходимых психических свойств, произвольного внимания и наблюдательности, уровень профессионализма — предполагают отчетливое осознание познавательных задач, умение быстро и точно вычленять необходимый предмет, схватывать самое важное [2].

Общаясь, журналист никогда не упускает из виду задачи — вывести человека на разные варианты подачи информации, на осмысление фактов, спровоцировать ассоциации, заставить разговориться.

В интервью «Российской газете» известный журналист Игорь Свиноренко, отвечая на вопрос коллеги Виталия Абамова: «*Ты все-таки гово-*

*ришь с людьми или по большей части молчишь, слушаешь?», разоткровенничался:*

— Наверное, больше говорю. Надо рассказывать людям истории, чтобы они тоже в конце концов заговорили. Вот, например, недавно в разговоре с писателем Сорокиным я вынудил его ответить на вопрос, как он ел говно и какой был вкус.

— А он ел говно?

— Пробовал. Детское. Но мы сейчас о другом. Чтобы люди не прогнали тебя после подобных вопросов, чтобы отвечали на них и — желательно — правду, для этого необходимо с ними говорить. Рассказывать о себе. Интервью я начинаю с историй, которые хоть как-то касаются жизни этого персонажа... Он слушает, где-то ему смешно становится, где-то его цепляет. В итоге мы начинаем уже менее официально говорить о его делах и отношении к жизни, о каких-то человеческих вещах [3].

Журналист каждую минуту изучает собеседника, первоначально считывая по внешним, доступным восприятию признакам, а затем и постигая суть конкретного человека [4]. Не последнюю роль в этом процессе коммуникации играет философское знание, отражающее общие закономерности природы и социума.

С годами не проходит волнующее чувство перед встречей с будущим героем. Даже просчитав ситуацию, которая тебе кажется предсказуемой, ты все равно ждешь сюрпризов. И снова и снова удивляешься неисчерпаемости и уникальности человека. Всякий раз остается ощущение, что самое главное ты не спросил, самое потаенное не сумел распознать.

Десятки драматических, экзотических и комических эпизодов личной судьбы скапливаются у журналистов из странствий по свету и встреч с людьми. Журналист размышляет не только об увиденном, но и о том, как ему поступать достойно, правильно и мудро в разных ситуациях. Как программировать ситуацию общения, всесторонне осмыслить ее, соотнести со знанием существа людей и оценить их поступки и действия. Эти свидетельства впоследствии запечатлеваются в мемуарных книгах, таких как «Калейдоскоп жизни» журналиста-международника В. Овчинникова (М., 2006), обозревателя «Литературной газеты», А. Борина «Проскочившее поколение» (М., 2006) и др.

Подготовка интервью заключается не только в переговорах и согласованиях относительно места, времени и условий проведения. Требуется психологический настрой на тип собеседника.

Журналист, так же как и другие люди, подвержен стрессам, утомляемости, боли и переживаниям. Ведь ему приходится, например, при

освещении трагедии испытывать иногда те же чувства, что и человек, переживший бедствие, ставший их свидетелем или потерявший близкого человека. Психологи называют такие состояния «вторичной», или «замещающей», травмой, при которой человек принимает на себя часть боли и горя, с которыми сталкивается в ходе своей работы. Есть разряд журналистов, называемых стрингерами, которые ходят «в зону», то есть постоянно возвращаются в горячие точки, работают там, опрашивая людей, находящихся в бедственном положении. Неслучайно для журналистов разработаны специальные рекомендации по преодолению такого состояния (см. приложение 3).

Журналистка петербургской газеты «Смена» Т. З. рассказала о своих переживаниях, которые испытала, когда получила задание редакции взять интервью у женщины, у которой зверски убили сына, сняв с него скальп. Встреча должна была произойти на следующий день после трагедии. Хотя согласие матери было получено, журналистка, находясь в смятенных чувствах, никак не решалась отправиться домой к ней. Не знала, как начать разговор, отрешиться от события. По ее признанию, она так сильно переживала ситуацию, как будто это случилось с ее собственным сыном. Лишь опыт и искреннее желание поддержать женщину позволили сделать интервью очень деликатным.

Журналист имеет свои предпочтения, не лишен предрассудков. Бывает, с разным настроением приступает к работе с новым человеком. Итог, результат этой работы также отражается на настроении. В какой-то момент может не сдержаться, допустить выпад против собеседника, дать волю эмоциям, повести себя некорректно. Что греха таить, встречают журналиста по-разному — иногда широко открыв перед ним дверь, а иногда и указывая на нее. В ситуации, когда репортер — незваный гость, он действует по принципу: «закрыта дверь — а мы в окно». В лучшем случае журналист может нарваться на нравоучение, в худшем — с тобой вообще не захотят войти в контакт и отвечать на вопросы. И если ваш контактер решит, что вы пришли с недобрыми намерениями, то нет гарантий, что вас грубо не обругают, не засветят фотопленку или не разобьют телекамеру. Страницы профессиональных журналов наполнены информацией о таких случаях. В журналах «Законодательство и практика массмедиа» (ЗиП) и «Журналист» публикуются данные повседневного мониторинга коллизий, связанных с унижениями журналистов. Не зря эту профессию относят к группе риска. Приходится использовать специфические методы работы с людьми, скрывающими информацию или уклоняющимися от ответов.

Случается, что журналист прибегает к приемам «враждебного, или антагонистического зондирования». Считается, что ваш визави будет отрицать обвинение, если оно несправедливо. Однако на деле реакция может оказаться непредсказуемой. Если обвинение справедливо, человек может выйти на откровенный разговор или, напротив, взорваться от «хамства» журналиста и «прогнать его со двора». В любом случае нужно взвешивать ситуацию и понимать степень риска, предполагать, что вопрос может оказаться детонатором в отношениях, вызвать волну негодования. Журналисту важно зацепиться за ответ. Случается, что собеседник намеренно подводит черту под разговором, утверждая, что он сообщил все, что ему известно. Тут хорошо бы отступить, задать более мягкий тон беседы [5].

В зависимости от вида общения, формального или неформального, журналист выбирает манеру поведения, тон, жесты, слова и выражения. Для вас могут быть полезными сведения о видах общения, выделяемых психологами. Уместно заметить, что все они используются в журналистике.

1. **«Контакт масок»** — формальное общение, при котором отсутствует стремление понять личность собеседника. Используются привычные маски вежливости, участливости, т. е. набор мимики, жестов, стандартных фраз, позволяющих скрыть свое отношение к собеседнику.
2. **Формально-ролевое общение** — в нем регламентированы и содержание, и средства общения с социальными ролями партнеров по общению: врач и пациент, контролер и пассажир.
3. **Деловое общение** предполагает оптимизацию и организацию того или иного предмета деятельности: производственной, научной, учебной и т. п. При деловом общении учитываются особенности личности, характера, настроения собеседника, но на первом плане стоят интересы дела, а не сама личность собеседника.
4. **Духовное межличностное общение**, при котором раскрываются глубинные структуры личности и достигается наиболее полное взаимопонимание [6].

Различают также **неформальное общение** — это общение дома, с родителями и друзьями, и **формальное** — на работе, во время учебы, с малознакомыми людьми.

Собранный в процессе общения материал ложится в основу журналистского произведения, выполненного в определенном жанре.

В последнее время наиболее популярными стали два жанра, отражающие структуру и характер общения — беседа и интервью.

**Беседа** — метод познавательной деятельности, вид организованного речевого взаимодействия с отчетливо осознаваемыми познавательными задачами, который направляется со стороны журналиста и предполагает выработку стратегии и тактики, соответствующих условиям взаимодействия.

**Интервью** — вечный, не умирающий жанр печатных и вещательных СМИ, ведь диалог — самое естественное средство общения. Наиболее наглядно контакт журналиста с собеседником проявляется именно в жанре интервью. В нем содержатся многие элементы беседы. Однако специфика жанра предполагает запись слов собеседника, что влияет на психологический фон разговора, заставляя обоих участников беседы мобилизоваться. В этом есть плюсы и минусы. Интервью более структурировано, у него более жесткая концепция, оно ориентировано на результат, что отражается на манере беседы с интервьюером.

Интервью — это не только вопросы и ответы. **Без драматургии, напряженного диалога настоящее интервью невозможно.** Журналист обязан идти к собеседнику, во-первых, с мыслью, а во-вторых, за мыслью [7]. Для читателя или зрителя эта мысль предстает в движении, логической развертке.

Интервью готовится поэтапно. На предварительной стадии неплохо узнать о человеке, его пристрастиях, привычках интересах, слабостях, особенностях. Целесообразно продумать сеть вопросов, помогающих втянуть собеседника в разговор или дискуссию, важно предвидение ответов собеседника. Характер контакта определяется позициями «противник — журналист» или «партнер — журналист». Журналисту приходится прикладывать усилия для того, чтобы собеседник стал с ним сотрудничать. Почти всегда есть необходимость готовить собеседника (уточнить, эксклюзивное ли это интервью, можно ли его записать на диктофон); нужно не забывать о создании представления о роли интервьюируемого. Существует необходимость объяснить собеседнику, что потребуется от него в роли интервьюируемого (продолжительность, степень сложности вопросов, компетентность и т. д.).

Чтобы добиться согласия на интервью, журналисты прибегают к авторитету своего издания, действуют не как частное лицо. Однако нужно предусмотреть и такой поворот события, что человек не захочет идти на интервью, потому что издание для него не авторитетно

и он не хочет иметь дело с журналистом, выражающим не свое, а корпоративное мнение.

Добиваясь встречи, лучше не вызывать жалость к себе. Этот прием изначально поставит вас как партнера в неравные условия. Вряд ли в этом случае беседа будет доверительной, откровенной и глубокой, поскольку журналист уже на начальном этапе потерял к себе уважение. Побудительным мотивом к беседе может быть только серьезность намерений журналиста. Не каждый имеет опыт общения с журналистами и, если дает интервью в первый раз, может нервничать или не понимать, что именно от него хотят услышать, сомневаясь, важна ли информация, которой он делится с журналистом. На это может уйти ценное время. Лучше оговорить с партнером по общению сразу все условия — продолжительность, способ записи интервью и предмет разговора, выяснить степень компетентности человека, ведь так важно оставить ощущение, что он справился со своей задачей интервьюируемого. От профессионализма журналиста зависит, сможет ли он убедить собеседника в его уникальности и эксклюзивности. Одних эпитетов, как правило, оказывается недостаточно, и мы прибегаем к объяснениям, что именно поразило нас в высказываниях интервьюируемого.

Так, увидев к себе особое внимание, гости, приглашенные в студию, стараются показать свои умения. Опытный журналист знает, что люди нуждаются в комплиментарности как факторе, поддерживающем отношения. Большинство тех, кто пытается сделать комплимент, часто терпит неудачу из-за того, что говорят собеседнику, что им нравится, но не объясняют почему. Сила комплимента в его искренности. Чтобы человек не почувствовал фальши, следуйте совету Д. Карнеги: всегда делайте комплименты собеседнику искренне, иначе он почувствует фальшь (8). Сила комплимента в его необычности, поэтому не следует говорить то, что бросается в глаза прямо: вы рискуете повториться, не быть оригинальным. Полезно говорить собеседнику тонкие комплименты и хвалить проделанную работу. Главное, чтобы это выглядело искренне.

В интервью обязательно обдумываются конкретные цели, мысленно создается внутренняя пружина будущего диалога, выстраивается рабочая гипотеза и драматургия беседы, в которой непереносимое условие — объединение интересов журналиста и интервьюируемого.

Если вопрос оказался неожиданным для собеседника или оказался ему необычным по форме, то нужно применить «заготовку» —

пояснить, что вы хотите услышать. Суть вопроса должна быть понятна интервьюируемому сразу.

Наиболее точное определение интервью как вида журналистского творчества дал в своей книге С. Н. Ильченко: **«Интервью — целостный акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с респондентом в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов, с целью получения информации, мнений и суждений, представляющих общественный интерес»** [9]. Через ответы на вопросы идет раскрытие личности. Комбинации, последовательность, чередование вопросов — проявление тактики. Чутко откликаясь на изменения психологического состояния партнера по общению, на содержание и ход разговора, журналист применяет профессиональные приемы стимулирования собеседника, т. е. осознанный набор тех средств общения, которые оказываются в данных условиях наиболее целесообразными. Способность к наблюдению формирует умение схватывать опорные детали, помогающие восстановить то, что наблюдалось. Но не исключены ошибки интерпретации, связанные с избирательностью нашего восприятия.

Добиваясь благожелательного отношения к себе в процессе общения, человек использует весь арсенал средств — уместная реплика, замечание, интонация, ритм разговора, специальные полемические приемы, информационные стимулы, помогающие раскрепоститься, преодолеть скованность собеседника или нежелание говорить. Язык общения дает возможность собеседнику говорить так, чтобы быть понятым. Вопросы воспринимаются как уместные в пределах обсуждаемых тем, а термины и слова, употребляемые журналистом, понятны собеседнику, когда создаются условия, при которых он прочитывает ситуацию точно, без искажения.

Внешние знаки, коды (одежда, манеры и т. д.) также носят для журналиста дополнительный ориентировочный характер и позволяют прогнозировать события, готовиться к ним.

Общение характеризуется определенной степенью принятия или непринятия, соответствия или несоответствия, и выражается в той или иной форме поведения партнеров. **Знание предмета** обсуждения позволяет формулировать вопросы, от которых собеседник не может уклониться. Вопрос должен направлять мысль, а не заменять ее. Предметная подготовка «повышает способность интервьюера к правильному пониманию опрашиваемых и отбору релевантных тем» [10], (релевантных — важных, основных, уместных — Г. М.), помогает

интервьюеру фиксировать и развивать тему интервью, что является одной из основных предпосылок для успешного его проведения.

В каждом акте общения журналист остается творцом, он не может делать свою работу вслепую. Осознавая необходимость направленности всего процесса общения, он стремится выполнять требования, применяемые к умственному складу творца:

- не быть ограниченным, ослепленным привычками;
- не действовать механически, заученно;
- не занимать частичную позицию;
- действовать свободно, с открытым для новых идей умом, оперировать ситуацией, стараясь найти ее внутренние соотношения [11].

Важно, чтобы у собеседника сложился определенный образ интервьюера как вежливого, образованного, стоящего на одной социальной ступени с ним человека, способного сделать свои выводы, подвести итоги, прокомментировать и проанализировать факт или явление.

Психологическая культура журналиста избавляет от множества ошибок и способствует предугадыванию ситуации. Собеседники не любят стихийности, разговора на ходу. Список вопросов помогает, сохраняя структуру беседы, дать понять, что вы обдумывали вопросы.

Часто бывает, что, готовясь к беседе, журналист собирает сведения о поведении, отношениях, не одобряемых в социальной среде, к которой принадлежит интервьюируемый. Профессиональный журналист в прямом контакте старается не формулировать вопросы, которые могут вызвать гнев или раздражение, досаду, смущение интервьюируемого, негативную реакцию (если это не является целью интервью).

В любом случае приходится учитывать осведомленность собеседника, не задавать вопросы, которые ввергают его в смущение, иначе человек замыкается и пытается закончить беседу.

Требования к вопросу — он должен содержать в себе одну мысль, в противном случае собеседник отвечает только на часть вопроса, обычно последнюю.

Теоретик печати В. М. Горохов выделяет несколько основных правил беседы:

1. В самом вопросе должен заключаться элемент знания по обсуждаемой проблеме.
2. Прямо или косвенно выраженный интерес к личности собеседника, интерес не только к его официальному статусу, общественному положению, социальной роли, но и к его индивидуальности, к реальному характеру;



3. Создание психологически комфортных условий для собеседника, учитывающих особенности его характера, его душевное состояние. Журналист должен активизировать духовную энергию своего героя.
4. Сочетание единства позиции с дискуссионностью, с постановкой спорных проблем. А. Аграновский в ряду своих приемов ведения беседы особо выделяет правило: «Нужно спорить... Мне важно разрешить свое сомнение, тогда я смогу разрешить его и на газетной полосе...».
5. Двусторонность общения, умение не только говорить, но и слушать. Умение слушать состоит, прежде всего, в умении верно понять и оценить сказанное, вовремя подхватить оригинальную мысль, в умении направлять беседу в нужное русло, не подавляя партнера по общению, но, напротив, всячески помогая ему.
6. Ориентация разговора на участок деятельности, наиболее значимый для собеседника, на позитивные мотивы его поведения; умелое использование вопросов разного типа: открытых, закрытых, прямых и косвенных, зондирующих, наводящих [12].

Поведение собеседников может быть обусловлено и разностью интересов, противоречивостью. В таком случае необходимо менять тактику общения.

Удачное интервью, по мнению Д. Дмитриевского, это по сути дела хорошо поставленный спектакль, в котором интервьюер совмещает в себе драматурга, режиссера, актера, гримера, художника, бутафора, реквизитора, суфлера и, конечно, зрителя [13]. Готовясь к интервью, журналист изучает личность респондента, его социальный уровень, специфику профессии, факты биографии.

#### **Предпосылки для удачной беседы:**

- Тщательная (в том числе и психологическая) подготовка.
- Умение концентрироваться на ходе беседы, оперативно нейтрализовать неприятные ситуации.
- Владение достаточным количеством приемов, позволяющих стимулировать общение.
- Успех возможен, когда вы начинаете говорить первым и заканчиваете последним.
- Беседа протекает по принципу: от главного к второстепенному.
- Поставлены якоря, известные собеседнику и аудитории (*якоря* — устойчивые аналоговые обозначения, связанные с различными психофизиологическими состояниями — внимание, приятные и негативные ощущения, отторжение, интерес; скрытая команда, которая будет свя-

зываются с этими состояниями, а значит, мотивировать данное действие) [14].

- Журналист воодушевлен и эмоционально заряжает собеседника.

Вместе с тем даже благоприятные предпосылки порой не спасают от непонимания. В общении интервьюера и респондента могут возникать **барьеры**: психологические, социально-психологические, этические.

**Психологические барьеры** могут быть вызваны такими причинами:

- несовпадение социального статуса собеседников;
- разные уровни интеллекта;
- разница темпераментов и характеров;
- несоответствие обстановки, в которой протекает общение, его целям, смыслу, планам, привычкам участников.

Барьеры **социально-психологического** плана могут возникнуть совершенно неожиданно как следствие специфической психологии той социальной группы, к которой принадлежат участники интервью (семья, школа, круг друзей, трудовой коллектив и т. д.).

**Этические барьеры** возникают как следствие воздействия на личность общечеловеческих моральных норм и определенных профессионально-этических требований. Это заставляет выбирать нормы поведения, соответствующие им.

Добиваясь устойчивого к себе внимания, задавайте интересные и толковые вопросы. Эта цель должна четко стоять перед вами еще до начала разговора. Другими словами, произвести хорошее впечатление в начале беседы можно, задав толковый вопрос. Но каковым бы ни было начало разговора, первые фразы должны быть хорошо продуманы, чтобы собеседник чувствовал вашу подготовленность и заинтересованность. К разным людям нужен разный подход. Однако любая фраза должна предваряться самым важным для вашего собеседника — его именем. В продолжение беседы нужно время от времени называть своего собеседника по имени, дабы поддерживать его настрой вести разговор.

Психологи видят много отрицательного в деятельности журналистов и потому советуют им: «Внушайте вашему собеседнику сознание его значительности и делайте это искренне». Известный социолог С. А. Белановский видит следующие отрицательные стороны в работе журналистов.

- Неумение слушать (перебивает, спрашивает о том, что уже сказали).
- Неумение задавать вопрос (не могут отличить вопрос от выступления).

- Им обо всем позволено говорить (Андрей Караулов, например, напоминает Майе Плисецкой о ее возрасте: «Надо же, а еще танцуете»). Много раз переспрашивает или, напротив, несколько раз повторяет одно и то же да еще спрашивает, дескать, все поняли?)
- Приклеенная улыбка (без поводов).
- Антипатия и равнодушие к собеседнику. Стремление уязвить, а не разговаривать. Журналисту интересен лишь он сам, а не собеседник. Собеседнику нужен понимающий взгляд и безраздельное внимание, пусть ненадолго, но безраздельно [15].

Неправильно выбранный тон может свести на нет все ваши усилия разговаривать собеседника. Уже первый контакт может быть решающим в предстоящей игре «журналист — партнер». Даже просьба о контакте должна быть выражена не только точно и ясно, но и подходящим тоном. Формулировка обращения к собеседнику должна быть продумана.

Не всегда удается удовлетворить интересы собеседника — он может ждать от вас большего, чем вы ему смогли дать. Попадаютесь обидчивые герои.

Тележурналист Текменев готовил сюжет «Куда уходит детство» для программы «Профессия — репортер» (НТВ) про приемных детей, где был эпизод с Ириной Понаровской. «Я ее очень люблю, — говорит журналист, — помню по временам, когда она была активна на эстраде. Для меня она всегда была воплощением стильности женской. Встретился с ней, поговорил и попытался искренне рассказать ее историю с приемной дочерью: сложная история, я в ней так и не разобрался до конца. Показал. А она обиделась, что была эпизодом, а не целым фильмом, что из ее интервью вырезали не то, что надо. Как человек творческий, ранимый, приняла близко к сердцу» [16].

Психологи рекомендуют не говорить извиняющимся тоном, так как это лишает речь убедительности и необходимой силы воздействия [17]. («*Простите, я вам надоедаю, но...*»). Даже если вы действительно испытываете неловкость, нужно воздержаться от демонстрации этого чувства, иначе все последующие ваши слова сведутся к нулю.

Избегайте и таких оборотов, как «*Возможно, я не прав, но...*», «*Вероятно, я не прав, но...*». Эти выражения заранее настраивают сознание человека на то, что вы заблуждаетесь. Выражение «*Если позволите*» ослабляет предшествующее высказывание.

Чтобы речь выглядела четче, яснее, содержательнее, избегайте слов-паразитов (*на самом деле..., я имею в виду, хм..., как бы вам ска-*

зать, в некотором роде, как бы и др.). Такая речь создает впечатление, что вы не знаете, зачем пришли и что спрашиваете.

В тех случаях, когда мы сами стремимся чего-то добиться от собеседника и не хотим вызвать антипатичных проявлений с его стороны, про *нет* стоит забыть. В данном случае начать свой ответ со слова «нет» — все равно что сказать: «*Ты что, с ума сошел?*». Здесь слово «нет» — это приглашение к спору, а вы понимаете, что чаще всего спор — не научная дискуссия, а грубая полемика, поэтому тот, кто спорит, поступает неумно.

Прислушайтесь к разговорам других людей, и вы без труда заметите нарушение этого простого правила практической психологии общения. Поддерживая диалог, люди часто начинают свою фразу со слова «нет»: «*Нет, это понятно...*», «*Нет, я просто хочу сказать...*», «*Нет, посмотрите...*».

Психолог Феликс Кирсанов говорит о таком психологическом свойстве людей: мы дорожим своими мыслями, особенно когда выражаем их вслух и произносим в надежде, что наши высказывания оценят по достоинству. В глубине души мы ожидаем, что наш собеседник, слушая, нас одобряет и поддерживает. Вместо этого мы часто слышим в ответ: «*Нет, на самом деле...*», то есть вместо одобрения получаем *возражение*, которое вызывает нашу негативную реакцию, в результате чего наш собеседник превращается в оппонента (с которым, напомним, обычно не желают сотрудничать). Надо отдавать себе отчет, что **тот, кто начинает свой ответ со слова «нет», перечеркивает жирным крестом предыдущий монолог своего собеседника, комкает его и бросает в мусорную корзину.** Кому это понравится? Собеседнику уж точно нет. Поэтому наше «нет», как и все в этом мире, для нас может иметь две стороны: союзную и противную. *С одной стороны, «нет» говорить полезно, а с другой — вредно* [18]. Все слова и обороты с частицей «не» и «ни» требуют осмотрительного применения.

Манипулирующие вопросы могут вызвать раздражение и нежелание на них отвечать. Вред могут нанести и неуместные, ненужные вопросы (если вы плохо слушали партнера и задали вопрос, ответ на который уже звучал). Иногда собеседник кажется нам занудным, серым, неинтересным, говорящим глупости. Мы его терпеливо слушаем, правда, вполуха, вместо того чтобы либо закончить контакт, либо перевести беседу в нужное русло. Теряем время, дожидаясь, пока человек сам поймет, тем самым получаем непродуктивный вид беседы.

## 2.2. Стили общения в журналистике

Каждому человеку, и журналисту в том числе, присущ свой стиль общения, узнаваемый в любых ситуациях. Стиль зависит от многих факторов. Принято говорить о трех общих стилях поведения и общения — ритуальном, манипулятивном и гуманистическом.

**Ритуальный стиль** предполагает поддержание связи с социумом. На первый взгляд такие контакты кажутся совершенно неинформативными, нецеленаправленными. Партнер воспринимается лишь как атрибут общения, его присутствие воспринимается лишь в рамках ритуала. Ситуация праздничного стола, где темы не запрограммированы (политика, мода, искусство) [19]. Сюда относят ритуал прощания, застольные беседы, приветствия и т. д. Вступление в такой контакт требует выполнения ритуальных норм. На телевидении ритуальным общением обрамляется сама передача — начало знакомства и беседы с гостем программы, направленность на собеседника, проявление своих коммуникативных талантов («Поле чудес» — представление — рассказ о себе, прием подарков, благодарение, ответные призы). Ритуальное общение выступает составной частью других видов коммуникации.

Если отношения строятся не на основе кооперативного взаимодействия, когда речевые отношения симметричны, двусторонни, а на основе доминирования одного над другим, когда журналист видит в собеседнике *tabula rosa* — чистый лист, объект, которым можно манипулировать, — речевые отношения оценивают как односторонние, асимметричные. Такая тактика неминуемо ведет к провалу речевого общения: это формальный, ритуальный разговор, где собеседники отталкиваются от реакций партнера на собственные реплики, общаются механически [20].

Цель ритуального общения — не изменение другого, не воздействие на него, а утверждение себя, своего мнения и представлений. Участники общения стараются избежать столкновения. Общение проходит «по касательной» к важнейшим проблемам и интересам человека. Анекдоты, шутки, реплики, которые совершенно не затрагивают лично каждого из нас. Главное — выражение себя как члена коллектива, общества и поддержание единства с ним.

Ритуально ведут себя, подчиняясь жанру, диджеи на радио: приветствие, просьба послушать песню. Используются этикетные формулы:

- а) приветствие, знакомство, прощание;

- б) вопрос ведущего о цели звонка (модератор ориентирует на стереотипный ответ);
- в) передача приветов слушателем;
- г) выбор музыки.

Данный клиент структуры диалога призван устранять «бездушность», создавать иллюзию случайности и индивидуализированности выбора, завуалировать приемы манипулятивного общения. Часто такие диалоги несут дополнительную информативную нагрузку: осознавая определенную ущербность подобного типа общения, ведущий стремится включить дозвонившегося в беседу, не касающуюся цели его звонка, в чем и проявляется сближение с жанром светской беседы, вежливого поведения [21].

**Манипулятивный стиль.** Это общение, при котором к партнеру относятся как к средству достижения влияния. Здесь важны не качества человека — его ум, доброта, эксцентричность и т. д., а то, каким образом эти качества можно использовать, например сыграть на глупости. Нередко журналисты в эфире допускают по отношению к собеседникам хамство. Выступление на публике для большой аудитории обязывает любого человека, даже самого неординарного и творческого, соблюдать нормы приличия. Однако не все и не всегда им следуют.

В публикации Юрия Оводова о поездке В. Соловьева в Екатеринбург описывается следующий случай. «Негодование и без того агрессивного настроенного в этот день Соловьева вызвала работа Челябинского фотокорреспондента Вадима Азметова. Тот снимал журналиста в профиль, близко приближался во время выступления Владимира Рудольфовича. “У тебя камера не того качества, дрожат руки и, к тому же, с чего ты взял, что вид небритых подмышек доставит удовольствие окружающим?” — обратился Соловьев к фотографу. В ходе недолгой перепалки ведущий НТВ продолжал оскорблять коллегу по цеху, вынудив Азметова уйти из зала. Когда фотокор уходил, у него в кармане зазвонил сотовый телефон, что еще больше разозлило Соловьева, в начале встречи просившего отключить аппараты мобильной связи. Часть приехавших на пресс-конференцию корреспондентов поддержала московского гостя аплодисментами и продолжила слушать рассуждения Соловьева о необходимости сострадания людям, другая часть покинула зал в знак солидарности с фотокором. Позже, когда, казалось, инцидент был исчерпан, Соловьев сам вернулся к нему в своей авторской программе на радиостанции «Сереб-

ряный дождь»: он поделился со слушателями впечатлениями от поездки в Челябинск, в том числе и от пресс-конференции [22].

Нередко в своей практике журналисты используют техники манипулятивного воздействия, стремясь точнее подобрать «ключики» к собеседнику. Перехватывают инициативу, используют силу воздействия, моменты, когда критичность адресата снижена, рекламируют себя, намекают на широкие связи, демонстрируют или имитируют собственную квалификацию и т. д. Они следуют мотивам, через которые можно проникнуть в психическую сферу, влезть в душу, найти тонкие струны. Употребляются психические автоматизмы — сокращенные схемы внутриличностного взаимодействия [23].

В манипулятивных целях используются все те же технические приемы, что и в неманипулятивных. Порой их трудно различить, утверждает Е. Доценко. Однако нужно учитывать то, что ваш собеседник может также искусно владеть психологическими манипулятивными техниками и защитными психологическими механизмами.

В манипулятивном стиле вместо истинного образа мы предлагаем партнеру стереотип, который считаем наиболее выгодным в данный момент. Выделяют такие характеристики самоподачи, самопрезентации, как фрагментация, выдвижение ложных мотивов и причин действий. Особенностью стиля является точный выбор позиции в общении. Это характерно для ведущих многих телепрограмм, которые превращаются во впечатляющие аттракционы, где ведущий легко жонглирует в эфире событиями, явлениями, обстоятельствами и в соответствии со своими вкусами манипулирует ими так, как хочет («Пусть говорят!», А. Малахов).

**Гуманистическое** — в наибольшей степени личностное общение, основанное на потребности в понимании, сочувствии, сопереживании. Цели могут гибко меняться. Ожидаемый результат такого общения — не изменение партнера, а совместное изменение представлений обоих собеседников. Это интимное, исповедальное, психотерапевтическое общение (как долгий разговор в купе поезда) [24]. Наиболее существенной чертой гуманистического общения является конгруэнтность (полное соответствие, совпадение, подобие). Основным механизмом воздействия является внушение, суггестия (даже обоюдное внушение, так как партнеры доверяют друг другу). Результат — совместное изменение. Партнеры могут не тратить силы на то, чтобы защищать себя или искать выгоду. Основа взаимодействия строится на организации взаимопонимания, основой которого будет

сопереживание. Такую модель общения с собеседником мы наблюдаем у ведущих Оксаны Пушкиной («Женский взгляд», НТВ), Сати Спиваковой («Камертон», НТВ), Андрея Максимова («Ночной полет», НТВ), («Женские истории с Татьяной Пушкиной», телеканал «Домашний»). В «Ночной полет» приходят ученые, политики, но чаще всего люди культуры. Андрей Максимов приглашает героев премьер, которые у всех на слуху, — театральных, кинематографических. Время от времени хозяин студии ведет диалоги с забытыми звездами — актерами, политиками, спортсменами — людьми, чья популярность, казалось бы, ушла в прошлое. Таким образом, зрители становятся свидетелями бесед с живыми легендами.

Героев программы «Камертон», безусловно, можно назвать эталонной высоты в своем искусстве. Это выдающиеся исполнители, композиторы, известные режиссеры и импресарио, все те, кто связан с миром классической музыки.

Ведущая программы «Камертон» Сати Спивакова ведет задушевный и непринужденный разговор о жизни, искусстве и любви. Название передачи точно. Камертон — источник, служащий эталоном высоты звука при настройке музыкальных инструментов и в пении. Именно таким эталоном высокой культуры является передача С. Спиваковой. Некоторые интервью записаны у героев дома, некоторые — на гастролях. Также зрители видят фрагменты выступлений, уникальные фотографии и видеоматериалы из личных архивов. Герои «Камертона» — звезды первой величины в мире классической музыки: Мария Гулегина — «фирменная» вердиевская певица, лучшая Тоска своего времени; Ульяна Лопаткина — прима-балерина Мариинского театра, «сокровище мирового танца»; Хуан Диего Флорес — обладатель «Золотого Россини», эксклюзивный артист фирмы *Dessa*; Мишель Глотц — знаменитый продюсер и импресарио, многие годы работавший с Гербертом фон Караяном и Марией Каллас.

Различают и такие стили общения.

- **Демократический**, диалектический (на равных) — все участники ищут истину (это идет от традиций 1960-х гг.).
- **Софистический** — декорированный под демократический (большинство телешоу).
- **Эристический, фактологический** — под маской «только факты» журналисты демонстрируют собеседнику свое представление о жизни. Этот стиль общения требует от журналиста эмоционально приобщиться к чужому опыту, стать участником, неформальным свидетелем события.



Существует стиль, связанный с направленностью личности на себя: **«я-центрация»**. Здесь идет демонстрация формального отношения к партнеру по общению. Личность демонстрирует свои свойства, любит себя, соперничает с партнерами и обесценивает их. Часто говорит без связи с высказываниями партнера, приписывает ему свои намерения и мысли.

Второй стиль общения описывается формулой **«другой-центрация»** и выражается в стремлении делать то, что требуется партнеру. Коммуникатор демонстрирует озабоченность проблемами партнера, навязывает свою помощь, уступает инициативу в общении, одобряет намерения и планы партнера. В процессе общения идет самодискредитация и преувеличение достоинств партнера.

Третий стиль общения наиболее плодотворен и выражается в формуле **«я — другой — интеграция»**. Здесь ощущается стремление доверять партнеру, строить свои отношения с ним на равных. Ведущий подталкивает его к самостоятельным действиям, вселяет веру в собственные силы, охотно реагирует на сближение со стороны партнера, активно ищет точки соприкосновения, подчеркивает сходство мыслей.

Сформировались и основные типы общения. Первый — **ближне-дистанционный** тип, при котором человек пытается создать ощущение непосредственного контакта; **дальнедистанционный** — характеризуется устранением от непосредственного контакта, уходом на второй план; **среднедистанционный** тип общения предполагает присутствие субъекта общения где-то рядом с происходящими событиями. В выборе типа общения достигается синтез интимности и глобальности.

Тип мышления и эмоциональная направленность, ценностные ориентации, проявление приемов коммуникации у различных людей разные.

Определенное профессиональное амплуа, на которое претендует человек, формируется на основе его внутренних личностных характеристик, индивидуальных особенностей и их публичных проявлений. Психологами изучаются те качества, которые объективируются в речи, имидже, поведении конкретных людей. Продуктивным считается тип поведения, который демонстрирует мягкосердечность, проницательность, доверие, сочетание самостоятельности суждений с конформизмом. В качестве нежелательных качеств отмечают суровость, жесткость, подозрительность, выраженную доминантность.

Вместе с тем мы находим в современной журналистике много примеров, демонстрирующих совершенно иной стиль поведения. Рейтинги, зрелищность, ожидание эффекта заставляют телевизионных ведущих, например, демонстрировать эпатажный стиль поведения.

Существует глубокая взаимосвязь между личным и социальным факторами, взаимопроникновение которых определяет особенности стиля. С одной стороны, общество в виде прямого социального заказа диктует телевидению правила общения. С другой, сами телекоммуникаторы, опережая потенциальные изменения социального фона, внедряют в практику созвучные времени модели коммуникации.

В процессе общения с аудиторией телевизионный ведущий может демонстрировать следующие типажи:

- лидер, стремящийся вести разговор и контролировать его ход (В. Познер, «Времена»; Л. Милявская, «Без комплексов»);
- посредник — следящий за ходом беседы, уравнивающий интересы различных людей (В. Молчанов «Частная жизнь», В. Ерофеев, «Апокриф»);
- капризный ребенок, нарушающий любые запреты и выступающий с независимыми суждениями (М. Леонтьев).

Гибкий человек готов приспособиться к любым ситуациям. Большую нишу занимают сегодня, к сожалению, не паритетные способы взаимодействия.

Богатство личности, ее самобытность и доброжелательность в полной мере могут помочь раскрыться собеседнику. Именно профессиональный этикет, мастерство и целевые установки заставляют журналиста с различными индивидуальными характеристиками направлять усилия на адекватное восприятие собеседника.

Люди обращают внимание на речь — эмоциональность, ясность, естественность, раскованность, правильность, богатство, содержательность. В отношении личностных особенностей люди обращают внимание на доверительность, контактность, жизнерадостность.

### 2.3. Поведенческие стратегии в общении

Поведенческие стратегии общения отражаются прежде всего в речевой структуре. Формы и типы речевой коммуникации различаются по ряду признаков: количество участников, условия, цель общения, характер ситуации.

О. Я. Гойхман и Т. М. Надеина предлагают различать следующие типы.

1. Условия общения:

а) прямое или непосредственное, общение с активной обратной связью (письменное распоряжение);

б) опосредованное общение (выступление на радио, телевидении, в печатных СМИ).

2. Количество участников: монолог; диалог; полилог.

3. Цель общения: информирование; убеждение (включая побуждение, объяснение и т. п.); развлечение.

4. Характер ситуации: деловое общение; бытовое общение [25].

В условиях массовой коммуникации возникает еще несколько типов общения, имеющих следующие характеристики (по классификации Э. Лазаревой).

**Условия общения:**

- опосредованное общение со зрителем;
- непосредственное общение с участниками передачи;
- имитация непосредственного общения со зрителями;
- массовое общение со зрителями;
- личностное общение с участниками передачи;
- межперсональное общение с участниками передачи и со зрителями;
- ролевое общение с участниками передачи и со зрителями;
- ролевое общение со зрителями (журналист выполняет социальную роль, являясь выразителем общественно значимой информации).

**Количество участников:**

- монолог;
- диалог;
- полилог.

**Цель общения:**

- информирование о событиях и фактах;
- анализ происходящего с мировоззренческих позиций;
- развлечение [26].

Журналист электронных СМИ включается в более сложную систему коммуникации, своеобразии которой заключается в том, что он участвует в разных типах общения. Ему необходимо освоить многие умения: быть одновременно оратором и непосредственно общающимся собеседником, выражать социальную информацию через индивиду-

ально-личностную форму, строить убеждающую монологическую речь, диалог с гостем студии и полилог с участниками передачи.

Таким образом, мы выделяем несколько типов общения:

- по *числу, характеру и степени вовлеченности* участников в процесс взаимодействия (монолог, диалог, полилог);
- по *организационным формам* воздействия (деловая беседа, совещание, прием, пресс-конференция);
- по *средствам общения* выделяют два типа: речевое и неречевое (невербальный язык общения и конституциональный).

К невербальному общению мы относим:

- оптико-кинестическое (жесты, мимика, пантомима);
- паралингвистическое (качество голоса, диапазон тональности);
- экстралингвистическое (паузы, плач, слезы);
- пространственно-временное (взаимодействие партнеров);
- конституционное — язык тела (строение) и телодвижения.

Количество и качество общения зависит от возраста, национальности, типа темперамента, статуса участников коммуникации.

Таким образом, мы еще раз убедились в том, что **общение — понятие многослойное и многоаспектное.**

Поведенческие стратегии журналиста, определяющие тип интервью, меняются в зависимости от поставленной цели, редакционного заказа, объектов интервьюирования (звезда, эксперт, очевидец), предмета разговора.

Наверное, читатель заинтересуется прежде всего теми событиями, которые содержат элементы его собственной природы:

1. Самосохранение.
2. Любовь и размножение.
3. Статус.

Но профессиональному журналисту следует помнить о том, что они отражают лишь одну сторону творчества.

В прессе встречается много интервью, из которых читатель может почерпнуть сведения справочного характера. Журналисты специализируются по источникам информации (деловое интервью на финансовую или банковскую тему, интервью по проблемам фармакологии, акционированию предприятия и т. д.).

*Свободное интервью*, или, по образному определению тележурналиста С. Н. Ильченко, «интервью ни о чем» выделяется в особый тип [27].

*Протокольное интервью*, цель которого — получение официальных сведений по вопросам внутренней и внешней политики, требует строгости и ритуальности операций ведения [28]. Выделяется *аналитический тип интервью*, в котором доминантную роль играет субъект мнения — человек, очевидец события или авторитетное (компетентное) лицо.

Теоретик печати М. И. Шостак предлагает такого рода интервью разделять на экспертное и проблемное [29]. В первом случае журналист играет роль стенографа, фиксирующего ключевые моменты высказывания партнера по общению. Во втором журналист выступает как равноправный партнер, работает в интервью с собеседником, участвует в обсуждении проблемы, выступает в роли аналитика, изучающего и сопоставляющего мнения других. Проблема представляется как дилемма, имеющая альтернативу решения.

К аналитическому типу можно отнести интервью Сергея Брилева, проведенные им в экспериментальных выпусках программы «Пятая студия» на НТВ с известными политическими и общественными деятелями. Его гостями были Михаил Зурабов, Евгений Примаков, Сергей Нарышкин, Владимир Жириновский, Геннадий Зюганов, Сергей Миронов, Олег Морозов, Уго Чавес, Збигнев Бжезинский и др. Журналист участвует в обсуждении проблем как аналитик.

*Проблемное интервью* — прояснение, исследование вариантов решений, поиск решений на вопросы: что потребует решение этой проблемы? Что вы действительно хотите? Что могло бы подвигнуть вас в сторону урегулирования конфликта?

Возвращайтесь к данным потребностям и опасениям. Спрашивайте: «Что вам нужно?», «Почему это важно для вас?», «Расскажите, почему такой вариант решения вы считаете не наилучшим для себя?», «Если вы получите то, чего хотите, что это будет значить для вас?», «Существуют ли альтернативные решения, которые были бы такими же приемлемыми для вас?».

В проблемном интервью важны мнения и их сопоставление, парадоксальные суждения и доказательность стратегий. В таком интервью нужно предоставить коммуникативные стимулы — взаимное побуждение к размышлению.

*Тематическое интервью* посвящается определенной теме. Пример — интервью корреспондента «Огонька» Юлии Лариной с ведущим программы «К барьеру!» Владимиром Соловьевым. Короткое интервью касалось одной темы — предстоящих выборов и теледебатов (информационный вид интервью). Тема задана в самом начале

интервью: *«Какими будут эти дебаты?»*. Несколько дополняющих вопросов поддерживают заданную тему до конца разговора: *«Как ведущий, что вы будете делать в условиях скучных дебатов?»*, *«НТВ — негосударственный канал и не обязательно предоставлять эфир всем претендентам. Вы можете выбирать, кого приглашать. Есть среди кандидатов люди, которых вы не позовете в программу?»*, *«Понимая, за кого проголосует большинство в марте, хочу узнать, не придется ли вам бросить политическую журналистику после выборов президента? Она станет еще более скучной»* и др. [30].

В *портретном интервью* главный интерес сосредоточивается на партнере, акцент делается на неординарности личности, чертах, выделяющих ее из числа других. Интервью-знакомство нацелено на создание яркого эмоционально-психологического портрета, вопросы носят личностный характер. Отсюда осторожность и такт. Глубокое интервью способно изменить радикально представления о человеке.

Показательно в этом отношении портретное интервью Ирины Зайчик в журнале «Караван историй» с сыном Людмилы Целиковской Александром Алабяном *«Любимов не хотел уходить, но мама его не простила...»*. Образ известной актрисы в интервью не совпадает с ожиданиями читателя. Символ советского кинематографа, кумир не одного поколения в представлении зрителей — счастливая, удачливая, улыбчивая — кинозвезда предстает перед читателем со всеми своими жизненными проблемами. Автор обнажает противоречие жизни и быта актрисы, ее творчества. Людмила Целиковская предстает перед читателями не очень счастливой в личной жизни, с трудной актерской судьбой, долгое время не имевшей возможности реализовать артистические способности. Актриса оказалась в круге проблем, связанных с взаимопониманием в семье и в театральной среде. Конфликт общественных отношений сталинского периода, поиск «маленького уютного» счастья — психологические «картинки» и рассуждения сына актрисы на эту тему помогают читателю увидеть и понять освобождение индивида от внутреннего напряжения. Читатель видит и прочитывает самовыражение Л. Целиковской как личности. Любимов, Целиковская, ее сын — Алабян, их окружение и жизнь показаны не в ракурсе «свежевыжатой» сплетни или жареного факта, а с позиции прожитых лет и переосмысления многих событий и жизненных ценностей. Творческий ресурс и применение особого психологизма позволили автору не ограничиться удовлетворением праздного любопытства читателей, как это часто происходит в рассказах о знаменитых людях, а разобраться в перипетиях сложнейших отношений, выявить скрытые мотивы поведения, обозначить тонкий рисунок поведения героини в различных жизненных ситуациях. Сильные аргументы и изобразительные средства, фактографическая основа, свидетельства близких людей смогли оставить у читателей не толь-

ко яркое впечатление, но и изменить их установку относительно Л. Целиковской [31].

Интервью со звездами призвано показать истинное лицо героя («без маски»). Цель интервью может меняться; впрочем, меняется и характер общения. Звездное интервью предполагает создание комфортной обстановки, воспроизведение ситуации игры.

В журналистике используется несколько видов биографического интервью.

1. *Лейтмотивное*, когда собеседнику помогают сразу подойти к определенной теме и выдерживать ее на протяжении беседы.

2. *Нарративное* — собеседника для начала просят подробно рассказать историю своей жизни, причем в хронологической последовательности.

3. *Открытое интервью*, в котором журналист принимает роль «любопытствующего слушателя». Его задача заключается в том, чтобы задавать наводящие вопросы. В биографическом интервью важен учет интенциональных факторов (проекты, жизненные цели, намеренно сделанные шаги, которые должны выводить из нежелательной ситуации и т. д.) и знание институциональных факторов (последовательность образовательных шагов, семья, профессия).

4. *Фокусированное интервью*, когда беседа или интервью строятся вокруг строго определенной темы, относительно которой нужно получить исчерпывающие сведения (32).

Автор портретного интервью Ю. Ушакова включает многие составляющие биографического метода и опирается в изображении героя на относительно устойчивые, стабильные, но иногда и изменчивые характеристики состояния своего героя. Психологическая индивидуальность становится не только предметом изображения, но и объектом исследования журналиста на период интервьюирования своего героя и создания текста произведения.

«А у меня все детство прошло на улице. В нашем дворе всем заправляли воры Шурка и Ленька Шустовы, им было лет по 17–18. Они меня лет с восьми всюду таскали с собой.

Помню, особенно сильно компания воров гуляла на праздники — 1 мая или 7 ноября. Однажды они позвали меня. Мне тогда было лет 9. Подвели к столу во дворе — там водка, колбаса порезана. Налили полный стакан и говорят: “Давай-давай, пей! Привыкай!..” Я и выпил. Потом мне стало ужасно плохо. Дома просто выворачивало наизнанку, мама еле откачала» [33].

*Интервью-расследование* содержит вопросы, «вскрывающие» личность, ситуацию, помогающие «разоблачению» собеседника. К такому типу интервью прибегают Андрей Караулов в передаче «Момент истины» и журналисты программы «Честный детектив».

Журналист и ведущий программы Эдуард Петров впервые на современном телевидении расследует преступления по схеме работы следственной группы: занимается сбором первичной информации; розыском и опросом потерпевших, свидетелей и очевидцев; отработкой различных версий; поиском доказательств и опровержений. С 2003 года зрителю предоставляется возможность узнать, из чего состоит ежедневная работа криминального репортера. А итогом наблюдений и интервью становятся передачи: «Маска смерти», «Пленницы подземелья», «Порча», «День страха», «Пираты Охотского моря», «Кровь на иномарках», «Табор смерти» и др.

В последнее время интервьюерами на телевидении стали пары ведущих, которые, подчиняясь драматургической ситуации, задают перекрестные вопросы собеседнику, свою «жертву» берут «в клещи» (продолжаются традиции передач «Принцип Домино» и «Девичьи слезы», появляются «Школа злословия», «Два против одного» и др.). Это новый вид интервью, своеобразный «конферанс на двоих». Подобное построение обеспечивает политический напор. Контрапункт — человек, попадающий в треугольник общения. В такой ситуации человек раскрывается сильнее.

Режиссура интервью на троих имеет своей особенностью то, что интервью здесь выступает инструментом давления, используется уже как полифункциональный метод.

Вероятность прочтения интервью возрастает от степени влияния персоны, к которой за вопросами обращается журналист. Журналист должен быть предельно собран, корректен и находчив, психологически устойчив, должен сохранять бесстрастность, делая серьезные выпады.

Вариации интервью возможны в зависимости от типа собеседника — экспертное, проблемное, интервью-знакомство, звездное, интервью-разоблачение, информативное [34].

Различают и другие виды интервью в зависимости от поставленной цели.

**Афористическое интервью.** Структура интервью, оформленного в виде цитат — слов героя, выстроенных в соответствии с идейной концепцией автора. Текст представляет собой цепочку рассуждений собеседника, последовательно разворачивающуюся перед читателем. Вопросы интервьюера намеренно опускаются.



**Интервью-монолог** используется как эффективный прием раскрытия внутреннего мира интервьюируемого и его жизненных ценностей.

**Интервью-пьеса** — интервью, по замыслу и структурной организации сходное с драматургическим жанром в литературе.

**Интервью «с болтовней»** предполагает демонстрацию перед публикой всех этапов интервьюирования начиная с подготовки и налаживания контакта с собеседником.

**Коллективное интервью с иллюстрациями** — интервью, в котором на один и тот же вопрос (или группу вопросов) отвечает сразу несколько человек, причем их ответы иллюстрируются не стандартной портретной фотографией, а оригинальным снимком.

**Интервью «два в одном».** Беседа «на равных» двух известных личностей, где нет строгого деления на интервьюера и интервьюируемого.

**Интервью-анкета.** Материал, по своей структуре напоминающий анкету, опросный лист со списком вопросов для получения сведений о человеке, его биографических данных, образовании, профессиональной деятельности и т. д.

Частой помехой экспертного интервью становится статус собеседника. Журналист превращается в стенографиста, доверяя каждому сказанному слову (давит авторитет). Однако как раз здесь и нужно проявлять бдительность (эксперт может увлечься какой-то одной научной идеей, навязывать собственную логику, без учета альтернативных мнений, умело выворачиваться там, где суждения уязвимы и не хватает веских аргументов).

Особенно трудны блиц-интервью («интервью у трапа») в гуще события или интервью спонтанные по горячему поводу, организованные, например, по телефону (ТВ-интервью). Интервьюер пользуется специфическими приемами: *«Интересно узнать...»*, *«Какое у вас о нем мнение?»*, *«Какой же прогноз?»*. Журналист показывает себя не просто заинтересованным, но и смелым человеком, умеющим остро поставить вопрос. Наличие личной позиции обусловлено целью интервью, установками журналиста. От этого зависит и способ общения, и принципы построения вопросов (по М. Шостак — «накат вопросов», вопросы с вводкой, с реакцией на ответ).

Независимо от того, какой вид интервью журналист использует, какую применяет технику и методику интервьюирования, сбора информации, он дает взамен человеку моральное удовлетворение,

в отдельных случаях терапевтически воздействует на личность опрашиваемого: помогает ему принимать решения, снимать тревогу, повышать самооценку. Интервью как метод невероятно популярен в сегодняшней журналистике.

На радио- и телеканалах появились замечательные ведущие нового поколения, обладающие своей «языковой маской», психологической раскованностью и свободой в выборе языковых средств. Интервью протекает в форме вольной беседы, вопросы часто не готовятся вовсе.

В интервью журналист решает множество **психологических задач**. Так, например, распознает сигналы неискренности собеседника: логическое противоречие, нагромождение подробностей, интимизация речевой среды («*Вы ведь знаете, как я к вам отношусь*» [36]).

При неискренности речевой коммуникации обычно комментариев больше, чем фактов, создается специфический антураж. Неискренний собеседник занят самохарактеристиками, как бы предваряя возможные характеристики партнера. При обнаружении лжи рекомендуют изменить стратегию, попытаться обойти лживые ходы партнера, но ни в коем случае не показывать ему прямо, что вы его разоблачили.

Содержание и структура вопросов зависит от того, с кем имеет дело журналист. С какими только типажам ни приходится встречаться журналисту в своей практике! Так, популярные люди часто придумывают о себе небылицы, сочиняют байки для прессы, в особенности про романы друг с другом, повышая рейтинги изданий. Они полагают, что если о них хоть что-то говорят, то они популярны.

Существует категория людей, склонных лгать для того, чтобы сохранить лицо, избежать напряжения или для достижения личной власти, а также по другим причинам. Журналист обязан это знать. И при этом помнить, что раскрытие лжи — серьезная угроза для сохранения доверительных отношений.

Приходится сталкиваться с такими типами людей, которые любят все приукрашивать, занимаются самовосхвалением, описывают собственные достоинства (зачастую это артистическое племя). И здесь журналист решает психологическую задачу — распознать, что есть факт, правда, а что — плод необузданной фантазии или амбиций.

Нередко журналисты демонстрируют такой тип общения, как **дефектный**. Общаясь с людьми, которым свойственны хвастовство, лживость, самонадеянность, демонстративность, журналисту не всегда удается вести тонкую игру.

Существует несколько важных правил ведения открытого и честно-го разговора с «неудобным собеседником», которые надо знать. Одно из

них — использование «языка-Я». Начиная фразу со слов: «С моей точки зрения...» или «То, как я это вижу...», вы смягчите разговор и покажете собеседнику, что высказываете лишь свою точку зрения, не претендуя на истину в последней инстанции. Тем самым вы признаете его право иметь собственное мнение. Наверняка вас выслушают гораздо спокойнее и внимательнее.

Второе правило — внимательно приглядывайтесь к его реакции на ваши слова. Постарайтесь добиться взаимопонимания, используйте возврат к сказанному, переспрашивайте и поддакивайте, не забывайте о проясняющих вопросах и о подведении итогов услышанного. Конечно, кому-то такое налаживание отношений может показаться делом слишком долгим, однако все это отнимет гораздо меньше времени, сил и эмоций, чем общение типа «действие—противодействие», поскольку такой разговор вообще не дает никакого результата.

Чаще всего **честность — лучшая политика в отношениях с людьми**. Удивительно, как часто мы начинаем общение с хитроумных стратегий и тактик, забывая попробовать сначала просто высказаться начистоту. Честный диалог — самое эффективное, простое и надежное средство для превращения конфликта в сотрудничество [37].

**Тип интервьюера** в значительной степени определяет поведенческие стратегии (ход интервью) и результат общения. Среди журналистов также есть немало типажей, достойных описания. В литературе к плохим типам интервьюеров относят «миссионеров», стремящиеся вместо получения информации довести до опрашиваемого какую-либо идею, а также «моралистов» и несерьезных собеседников — «ветреников». В черный список входят также властные, сентиментальные, тревожные и действующие по шаблону журналисты; есть и такие, которые не выносят, когда мнение собеседника не совпадает с их собственным.

В последнее время формируется тип журналиста, концентрирующий в себе идеологические и политические устремления эпохи и определяющий основные черты языка прессы, связанные с резким его обновлением и демократизацией [38].

Журналист выступает в беседе свободно мыслящим человеком, говорит от собственного имени. В наше время он является носителем нового культурного кода, позволяющего ему в условиях минимально «запрещающих» правил в публичном общении прибегать к различным языковым формам, индивидуальному лексикону, быть более раскованным [39]. Попытка «прочитать» собеседника присутствует в каждом интервью, но методы этого «прочтения» разные и зависят

от степени профессионализма журналиста. Кроме того, есть специфика в работе отечественных журналистов. Так, например, Манфред Квинг — корреспондент Иностранной службы «Издательства Аксель Шпрингер» в Москве — в интервью журналистке Ирине Карпенко, говоря о профессионализме, подчеркивает разницу между немецкими и российскими журналистами: «Наши журналисты довольно жесткие, они добиваются, чтобы политик ответил именно на тот вопрос, который задан, и не позволяют ему “уйти в сторону” или “лить воду”. Здесь, в России, я заметил, не так. Политики весьма часто переиначивают вопросы журналистов и соответственно отвечают на тот вопрос, который им выгоден, а то и вовсе отказываются отвечать. Такие попытки бывают и у нас. Но если политик начинает что-то бормотать, журналисты могут его просто перебить. Такой жесткий стиль общения журналистов с политиками вырабатывался годами. В России он пока не сформировался» [40].

Во многих интервью остается бесцветным фон, журналист почти не тратит усилий для нахождения «болевых точек» собеседника, ему не удается психологически мобилизовать человека на беседу. Вопросы звучат пресно: *«Каковы ваши творческие планы?»*, *«Как вы создаете свои произведения?»*.

Известный журналист-международник Владимир Кондратьев — нередкий гость в Государственной думе. Это для него настоящие «охотничьи угодья». Здесь он буквально выслеживает интересных собеседников. Ведь хорошее интервью — это половина успеха любого сюжета. Молодой его коллега удивляется: «Поражает, что он, кажется, знает тут всех, причем помнит имена и отчества. Политики отвечают взаимностью. Владимир Лукин пожимает руку, Николай Харитонов с готовностью показывает содержимое портфеля, а Геннадий Зюганов говорит добрые слова “лучшему корреспонденту»». Сам В. Кондратьев объясняет это так: «Может быть, им приятно, когда им задают все-таки какие-то нестандартные вопросы. Я стараюсь спросить что-нибудь такое неожиданное, а то все время “какие ваши впечатления” или “что вы думаете о том-то, о том-то”. Это ж не вопросы» [41].

Объем интервью не всегда соответствует степени раскрытия образа. К сожалению, в современных интервью часто много места уделяется себе, а не собеседнику. Выбирая любую стратегию, интервьюер должен помнить об ответственности и перед собеседником, и перед аудиторией.

Сохранять логику рассуждений и выстраивать структурно ясное общение журналисту помогает контроль релевантности (важной темы).

Поддерживая ту или иную тему, нужно учитывать уровень знаний тех, кого опрашивает журналист. Иначе можно произвольно создать комическую ситуацию.

Телевизионщики устроили на улицах Санкт-Петербурга опрос жителей, их интересовало, что петербуржцы знают о «Лебедином озере». Познания оказались невелики, но желание удовлетворить корреспондентов было сильнее, тем более что каждый что-то слышал об этом. Одни вспомнили, что это балет П. И. Чайковского, кто-то смог напеть мелодию танца маленьких лебедей — «Трам-там-там-там-та... тара-рам-там-там-там-та», кто-то перепутал балет с музыкальным произведением Сен-Санса «Умирающий лебедь», кто-то изобразил лебедя в конвульсиях. Кто-то связал сюжет с другими классическими произведениями, известными из школьной программы. В результате журналисты получили набор самых невероятных суждений, по которым создали новое либретто, где в качестве героев присутствовали названные при опросе — черный ворон, белая лебедь, Отелло, Джульетта, Жизель, принц датский Гамлет, ведьмы, колдуны и даже Русалочка.

Наверное, если бы этот вопрос был задан в музыкальной среде, пусть даже школьникам, ответы были бы совершенно иными, более профессиональными.

Готовясь к работе с будущим героем, нужно готовиться к встрече технически. Помните, что должно быть достаточно времени, чтобы расспросить обо всем, что планировалось. Интервью, длящееся всего 10–15 минут, малоэффективно. Правда, если это не **интервью по телефону**. Здесь от вас потребуется спокойный, уверенный тон, четкое построение фраз, краткое, но веское обоснование звонка — и контакт налажен.

Не превращайте себя в придаток диктофона. Позаботьтесь о способах записи. Лучше параллельно с диктофоном вести запись ручкой (так как магнитная запись может оказаться некачественной). При этом фиксировать не фразы, а ключевые слова и выражения. Правда, при этом соблюдать стиль сложно [42]. Хорошо научиться писать вслепую, скорописью, чтобы не смущать собеседника, особенно если он волнуется и не может говорить под магнитофон. Расшифровку с диктофона лучше делать свою, а не просто прослушивать и выбирать фрагменты. В противном случае есть опасность быть неточным.

Дублировать работу диктофона нужно обязательно, чтобы впоследствии не утратить информацию, как это произошло с моей коллегой, которая записала эксклюзивное интервью с большим чинов-

ником и решила его прослушать в поезде, когда возвращалась из командировки в Москву. Дома, включив диктофон для расшифровки текста, услышала только стук колес. Все голоса, кроме этого звука, были стерты.

## 2.4. Способы речевого воздействия на собеседника

Мысль меняется в зависимости от слов, которые ее выражают.

*Б. Паскаль*

Общая схема речевого воздействия строится на донесении информации, формировании на ее основе интересов, побуждений. Много речевых приемов, позволяющих, например, подчеркнуть общность интересов даже в вопросе, вызывающем бурную реакцию собеседника. В этом случае возможны и такие признания: *«Общаясь с вами, я многому научился»*. Задача общения — посылать речевые сигналы, которые имеют для вашего собеседника эмоциональное значение. Беседа может считаться эффективной, если сопровождается эмоционально положительными обращениями: *«Послушайте»*, *«Скажите, пожалуйста»*, *«Знаете ли вы...»*. Произнесение вслух имени и отчества также может благоприятно влиять на ситуацию, поскольку имя и личность нераздельны [43]. О чем бы ни шла беседа, важно добиваться профессионального языка и логичности развития темы разговора. Беседа не может быть и пространной. Пространное изложение лишней информации снижает коммуникационную эффективность. Когда много говорят о малом, то мало думают о значительном.

Напротив, разбавление трудной для понимания темы различными объяснениями, обоснованиями, повторами, сообщениями может весьма положительно сказаться на итоге беседы.

Эффективным обычно бывает разговор в русле выраженного личного интереса. Это повышает вербальную активность, сопровождается положительными эмоциями. Здесь полезными могут быть фразы: *«Сможете ли вы...»*, *«Согласились бы вы...»*, *«Как вы полагаете...»*, *«Не считаете ли вы...»*, *«Есть ли у вас возможность...»* и др. Важно следовать правилу — начинать с позитивного. Многое зависит от вашей осведомленности о природе интонации, мимики, жестов и правильного их прочтения. В общении используются не только вербальные, рече-

вые, но и другие знаково-символические средства. К ним относятся: знаки вежливости, ритуалов, церемоний, которые применяются в определенной сфере. Об этом у нас пойдет специальный разговор в следующем разделе учебного пособия.

В зависимости от целей интервью журналист выбирает разные речевые тактики, например такие, которые описаны в учебнике по риторике.

1. Тактика утрирования, когда говорящий намеренно (и очевидно для адресата) значительно преувеличивает смысл события с целью придать ироническую оценку.
2. Тактика перевоплощения. Если стратегическая цель — получение максимума информации, то журналист может искусственно установить разрыв в знаниях с собеседником, как бы перевоплощаясь в «незнайку», «провинциала», «дилетанта» [44].

Учеными разработано большое количество коммуникативно-речевых тактик. Журналист должен не только сам ими пользоваться, но и понимать, какие тактики выбирает его собеседник (без этого невозможно подстроиться).

Так, например, А. ван Дейк описывает ходы, используемые в диалогах.

- *Ход «обобщение».* («И так всегда», «Это без конца повторяется»). Говорящий показывает, что неблагоприятная *информация* не случайна и не исключительна.)
- *Ход «приведение примера».* («Возьмите нашего соседа. Он...»). Общее мнение обосновывается конкретным примером.)
- *Ход «усиление»* («Это ужасно, что...», «Это позор, что...»). Этот речевой ход направлен на контроль за вниманием собеседника.)
- *Ход «уступка».* («Среди них попадаются и хорошие люди», «Не стоит обобщать, но...») Журналист демонстрирует реальную или воображаемую терпимость.)
- *Ход «сдвиг».* («Мне-то, в общем, все равно, но другие соседи с нашей улицы возмущаются»). Этот ход относится к стратегии положительной самопрезентации.)
- *Ход «контраст».* («Нам приходится долгие годы трудиться, а они получают пособие и ничего не делают»). Противопоставление «Они — мы — группы». Используется в ситуации, где наблюдается конфликт интересов) [45].

Могут быть весьма полезны в работе журналиста речевые тактики, используемые в сфере делового общения.

- «Неожиданность». Использование в речи неожиданной или неизвестной информации.
- «Провокация». На короткое время вызывается реакция несогласия с излагаемой информацией. Слушатель за этот период готовится к конструктивным выводам для более четкого определения собственной позиции.
- «Апелляция к авторитету». Ссылка на авторитет дается для подтверждения правильности излагаемой информации.
- «Внесение элемента неформальности». Коммуникатор рассказывает собеседнику о своих заблуждениях, ошибках, чтобы избежать предвзятости и изменить мнение собеседника в свою пользу.
- «Юмор». Журналист приводит смешные, парадоксальные примеры, использует шутки, забавные истории, эта тактика может удачно использоваться в речевой коммуникации разных уровней.
- «Да-да-да». Собеседнику задается несколько вопросов, на которые он обязательно должен ответить «да». После этого, вероятнее всего, на следующий ключевой вопрос он тоже ответит «да».
- «Черный оппонент». Собеседнику задается несколько вопросов так, чтобы на один из них он мог не ответить. Тогда произносится речевая формула: «Вот видите, вопрос не подготовлен» [46]. Развить в себе способности можно, наблюдая за проявлениями человеческих эмоций в общении. Полезна и саморефлексия.

К эффективным приемам воздействия на собеседника относят следующие.

- Программируемое мышление — не давать возможности адресату вспомнить противоречивые аргументы и факты.
- Создание ситуации мнимого выбора — внушается только одно, определенное отношение к предмету.
- Введение заведомо ложного абсурдного убеждения — создавать впечатление нелепости аргументов противника.
- Использование имплицитной информации для приватизации знаний. Важная информация передается как нечто само собой разумеющееся, не обсуждаемое и не оспариваемое, общеизвестное, подаются только те сведения, которые легче аргументировать. Пример А. П. Чудинова: «Вегетарианство полезно для здоровья? Кто вам сказал такую чушь?» [47].
- Нестрогие аналогии.



- Использование образных средств для выявления якобы общих черт людей (клички).
- Апелляция к высшим ценностям.

Знакомство будущих журналистов с приемами убеждающей речи, несомненно, будет полезно. Т. Г. Хазагеров и Л. С. Ширина выделяют две группы компонентов убеждающей речи: развертывание смысловых частей текста (от ввода темы, детализации до стыковки доводов и коммуникативной установки) и способ привлечения внимания к коммуникативной установке.

#### Доводы

- 1а. Довод к очевидному («эвиденция»)
- 1б. Довод к размышлению («логосу»)
- 2а. Довод к чувствам, к страстям («к пафосу»)
- 2б. Довод к чувствам, эстетике, этике («к этосу»).

Средством создания коммуникативного контакта может быть **авторизация** — способ проявления «Я» говорящего «при помощи разнообразных средств, которые придают сообщению субъективный характер и способствуют установлению коммуникативного контакта между ораторами и слушателями» [48]. В качестве таких средств выступают:

- *личные местоимения* — первый источник субъективности в языке («я», «ты», «мы»);
- *глагольные формы* наряду с личными местоимениями передают значение лица, отношение говорящего к адресату — «думаем», «проясним», «попробуем вместе»;
- *конструкции с вводными элементами* («на мой взгляд», «мне кажется») выражают некоторое сомнение. Это средства оценки, усиливающие контактность речи;
- *конструкции с использованием изъяснительных придаточных*: «ясно, что...», «понятно, что...», «известно, что...».

Нельзя подходить к интервью сугубо утилитарно, следует его строить так, чтобы оно было психологически легким, не жалеть для этого усилий, ставить вопросы, которые могут и не понадобиться, но зато снимут возможное напряжение.

Насколько это возможно, нужно быть готовым к перефразированию вопроса, объяснению термина. Не следует задавать слишком много вопросов одновременно. Собеседник может не запомнить все

и будет отвечать либо на приятные, либо на те, что запомнил, и уклоняться от тех, на которые не хочет отвечать. Желательно разграничивать основные и дополнительные вопросы. Заставлять логикой вопросов отвечать так, чтобы выяснить причинно-следственные связи между побуждаемыми предметами. Чтобы ослабить напряжение — задавать косвенные вопросы или наводящие и подсказывающие: «Вам, очевидно, известно... «Вы, наверно, испытываете такое чувство, как будто...». Большинство спешит выразить согласие: вопросы-подсказки внушают желаемый ответ.

Вовлекая собеседника в интервью, нужно заинтересовать его, побуждая двигаться от простого к сложному, но не принуждая к ответам, которые могут вызвать смущение (если это не запрограммировано заранее и это не цель...). Плавное течение опроса зависит от естественной последовательности вопросов и ощущения собеседника, что он принимает участие в полезном процессе.

Существуют различные способы, помогающие исправить положение, когда отсутствует или следует неуместный, неточный ответ. Но нельзя быть маниакально навязчивым. Вопрос: «Я правильно вас понял?» можно задать один раз. Но если перманентно задавать один и тот же вопрос, то у собеседника может сложиться впечатление, что перед ним ничего не понимающий или ехидный человек, намекающий на неспособность партнера излагать мысли ясно. И то и другое непременно вызовет раздражение, и неизвестно, чем такая беседа может закончиться.

Важны формулировка вопроса и контроль сведений, поступающих во время интервью (сопоставление фактов). Существуют внешние и внутренние способы контроля. *Внешние способы контроля* — это работа журналиста после интервью по сопоставлению полученной информации с имеющимися документами и свидетельствами. Анализ последовательности фактов также не помешает. *Внутренние способы контроля* — анализ последовательности сообщения, связанный с изменением ситуации, переоценка или недооценка фактов (хотя в продолжение беседы одна и та же оценка часто сохраняется).

*Замещения* — комбинация пропусков и ошибок, которые не имеют отношения к происшедшему, выдумки (анализ поведения интервьюируемого, анализ реакции на негативные воздействия, на отдельные темы и вопросы (на какие вопросы отвечает охотно, а от ответов на какие уклоняется)).

Главные барьеры — отчужденность, безразличие к собеседнику, нравственная глухота.

Журналисты часто непроизвольно искажают или утрируют поведение собеседника (это зависит от личности интервьюера), проецируют на него свои свойства личности и недостатки (безответственность, скрытность, нечестность, недоброжелательность).

В процессе самой беседы надо стараться не формулировать вопросы, которые могут вызвать гнев или раздражение, досаду, смущение интервьюируемого, негативную реакцию. Следует остерегаться ситуации, когда журналисту задают вопрос, что он сам думает по тому или иному поводу.

Не всегда удается найти точное слово (таковы условия труда!). Можно потерять терпение. Но важно избежать недоразумений.

Опытнейшая журналистка «Известий» Т. Тэсс выразила профессиональный принцип так: «Проверка, проверка и проверка. Не только фактов, но и чувств. Сохранять самоконтроль, не сделаться оружием в чужих руках... Держать свое оружие в чистоте!» [49]. В общении с журналистами люди нередко высказываются завуалированно. Часто фразы, которые изрекает человек, вовсе не означают того, что он хотел сказать. Журналист вынужден понимать этот язык и расшифровывать фразы собеседника.

**Уловки** — хитрость или прямой обман, перенасыщение, приемы резкого убеждения [50].

Выделяют три группы уловок.

1. В сфере очевидного — двусмысленность, возникающая при многозначности и омонимии слова, нарочитая недоговоренность.
2. В сфере логического — уловки возникают как элемент умышленного нарушения правил построения умозаключений:

- «умозаключение», в котором временная последовательность отождествляется с причинно-следственной;
- «умозаключение», опирающееся на «довод» от «неизвестности», от «незнания»: «мы в университетах не обучались»;
- «умозаключение», основанное на умозаключении аргумента и вывода. «Этого не может быть, потому что этого не может быть никогда»;
- чаще всего эта уловка выражается как «нечестный вопрос»;
- довод, не имеющий никакого отношения к предмету спора и выводу. «Потому что “потому” кончается на “у”».

3. Уловки, связанные со сферой чувств, с этосом и пафосом:

- игра на настроениях толпы, на неосознанных антипатиях и симпатиях, используемых в личных интересах;
- игра на жалости, чувствах милосердия, прощения, используемых в личных целях;

- шантаж, угроза применения силы, используемые якобы в интересах убеждаемого;
- игра на недоверии к тем чертам, которые не имеют никакого отношения к рассматриваемым доводам;
- игра на доверии к «глобальному» авторитету [51].

Журналист, понимая и умело вскрывая уловки в речи своего собеседника, может добиться коммуникативных целей, не переходя границы этически дозволенного.

**Акцентировка.** Можно акцентировать фразы, слова, целые отрезки текста; изменять темп, ритм, делать логические и эмфатические ударения, паузы. Важно иметь в виду, что монотонность речи усыпляет.

В качестве логических средств акцентировки выбирают специальные слова: «*Прошу обратить внимание на то, что...*», «*вот что особенно важно...*», «*нужно подчеркнуть то, что...*» и т. п. Неожиданное краткое отвлечение от темы разнообразит речь, избавит собеседника от усталости.

При правильном разумном использовании **юмора** можно добиться комфортной обстановки, юмористические вставки активизируют внимание. «*А вот смешная история*» [52].

#### **Ограничения в использовании иронии**

- Если перед вами человек без чувства юмора.
- Если человек находится в удрученном состоянии.
- Если человек нам не знаком.
- В специальных ситуациях (на похоронах, на свадьбе, при любом ритуале, связанном с большой эмоциональностью).
- Если рядом находится третье лицо, от которого тот, над кем вы подшучиваете, как-то зависит (с социальной, психологической, эмоциональной стороны).
- Нельзя насмехаться над человеком с каким-то явным недостатком.
- Не рекомендуется иронизировать по поводу того, что для человека важно и дорого: вероисповедание, семья, работа, система убеждений, национально-культурные традиции народа, к которому относится человек [53].

Ирония должна быть обращена прежде всего к себе.

## **2.5. Психотехнологии в журналистском общении**

**Якорь** — стимул, который связан с физиологическим состоянием и запускает его [54]. Иными словами, якоря — знаки и сигналы, кото-

рые вызывают определенную реакцию. Возникают они благодаря повторению ситуации. Якорь возникает в состоянии сильной эмоциональной вовлеченности.

Эта техника широко используется в общении: то, что у нас подсознательно вызывает умиление, восторг, сексуальные желания, может стать якорем. В качестве якорей могут выступать дети, животные, красивые пейзажи, известные мелодии. Цвет тоже может являться якорем.

Черный цвет означает либо агрессивность, либо негативное отношение к жизни и депрессию, либо очень крепкую психику, готовность к борьбе, способность испытывать сильные, даже экстремальные чувства. Если верить Коко Шанель, то все цвета скрывают внутреннюю сущность человека, черный же показывает человека таким, каков он есть на самом деле.

Ахроматические цвета в одежде (белый, серый, черный) свидетельствуют о том, что перед вами человек, имеющий высокий социальный статус. Цвет одежды — социальный признак его носителя.

Материалы на газетной полосе или на журнальной странице могут оформляться в одном цвете. На радио якоря — это узнаваемые позывные радиостанции.

**Рефрейминг** — помещение образов или переживаний в новый фрейм с целью преобразования смысла, отличного от исходного [55]. Техника рефрейминга заключается в умении взглянуть на вещи с разных сторон. Различают контекстуальный и содержательный рефрейминг. Содержательный рефрейминг изменяет наше восприятие ситуации.

Техники НЛП направлены на то, чтобы превращать любое критическое замечание в адрес собеседника в вопрос, используя слово «как», доказательство от противного или «переворачивание проблемы» (по Г. Адлеру) [56]. Вы начинаете искать доводы в пользу противоположной точки зрения.

В рефрейминге используются доминанты намерения и переопределения. *Намерение* предполагает направление человека к цели (привлечь внимание, защитить что-то). *Переопределение* — замена одного из элементов обобщения новым [57] словосочетанием, обозначающим примерно то же самое, но влекущее иные последствия («*Выступление президента было очень жестким*» на «*Выступление президента было очень смелым*»). Заменяв одно слово, можно получить иной результат.

Важно использовать технику НЛП для выявления и поддержания позитивных состояний человека, но не использовать ее для манипулирования.

Рассмотрим для примера применение техник НЛП авторами газеты «Комсомольская правда». Выявление приоритетной модальности возможно лишь при работе с массивом текстов, где на основании исследования предикатов можно сделать корректные выводы.

Выпускник факультета журналистики СПбГУ М. Касимов анализировал (СПб., 2003) творчество популярного журналиста Андрея Ванденко как интервьюера. Он обращал внимание на то, какими словесными конструкциями обставляют свои суждения собеседники и как к ним подстраивается журналист, используя ту же лексику. Беседа Андрея Ванденко с Владимиром Познером «Скоро ли Америке придет кирдык?» [58] — это четырехполосное интервью с размышлениями о роли США в современном мире. Известный телеведущий В. Познер выражает свои мысли, используя все виды модальности. Есть примеры кинестетических фраз: «мягко намекнули», «развести руками», «голова не сносить», «границы сузились», «влияние ощущается острее», «развязаны руки», «возникает импульс, толчок к развитию», «загоним в угол», «ни холодно, ни жарко». Есть примеры аудиальных выражений: «шум был поднят», «без шума и криков», «могу это сделать тихо, а могу и громко», «у них достаточно цыкнуть». Однако ведущей репрезентативной системой у В. Познера является визуальная: «с точки зрения национальных интересов», «наши ракеты на Штаты смотрят», «за вами глаз да глаз нужен», «глядя на меня чистыми, незамутненными глазами», «сразу видно», «американцы не видят преград», «предвидеть угрозу», «устроит светопреставление».

Как это использует интервьюер? Он начинает разговор с вопроса о том, смотрит ли В. Познер кино. Скорее всего, это сделано неосознанно, но для зачина разговора с визуалом предельно верно. В дальнейшем А. Ванденко не делает предпочтения какой-либо модальности. Это позволяет сохранить раппорт и вести продуктивную беседу.

Анализируя интервью А. Ванденко с известным политологом Александром Цыпко «Путину есть чему поучиться у Сталина» [59], можно заметить, что А. Цыпко часто использует выражения, характерные для аудиалов: «что хочу сказать», «как это провозглашалось», «взывал Сталина к сердцам и ушам». Употребляет политолог и кинестетические фразы: «не отрывая действия», «потребность в сильной руке», «жесткая воля». Однако обнаружилась удивительная вещь. А. Цыпко совершенно

не использует визуальных предикатов. Журналист в этом интервью также не употребляет визуальные модальности.

В интервью Юлии Жуковой с певицей Татьяной Булановой [60] выделяются сразу две модальности — кинестетическая и аудиальная. В ответе на первый вопрос присутствуют ярко выраженные аудиальные фразы: «организм отвечает на стресс», «заглушу болезнь». Затем употребляются в основном кинестетические выражения: «присидела в оцепенении», «руки опускаются».

Вероятнее всего, профессия или специальность отражаются на выборе модальности. У музыканта будет ярко выражена аудиальная модальность, у скульптора — кинестетическая, у оператора — визуальная. Использование репрезентативных систем происходит неосознанно.

Не всегда журналисты умело используют и **мета модель**. Так, например, в интервью Карена Маркаряна: «Светлана Сорокина: Женьку Киселева мы называем порнозвездой» [61] следовало применить мета модель, но интервьюер этого не сделал.

«Да я и не захотела идти к Березовскому, для меня это был нож острый. Но меня начали шантажировать на предмет того, чтобы я шла на 6-й канал. Поскольку у меня характер поганый (назло маме ушко отрежу), я сказала: “Раз вы меня так страшаете, надо идти”», — говорит Светлана Сорокина.

Здесь представлена такая структура причины и следствия: «Я не хотела идти... но меня начали шантажировать». Это высказывание никак не вяжется с последующим суждением: «характер у меня поганый». Журналист не задал вопрос, который бы соответствовал метамодели: «Как именно шантаж вызвал появление Сорокиной на 6-м канале?». Если объяснение всему — плохой характер, то для воссоздания связной картины журналист мог задать вопрос «Кто сказал, что у вас поганый характер?».

Второй пример: «А потом я поняла, что там намешано столько всего, что черт ногу сломит. У меня к моменту развала были огромные претензии и к... Гусинскому, и к тому же Жене Киселеву, к очень многим людям». Здесь присутствует деперсонализация: «намешано» и «были претензии» — типичный случай упущения информации. Какие именно претензии предъявляла Сорокина к этим людям, в чем они заключались? Эта небезынтересная информация так и не была узнана журналистом... К. Маркарян несерьезно подошел к работе над интервью, поэтому главные причины профессионального поведения С. Сорокиной так и остались невыясненными для читателя.

Еще одно высказывание является нарушением причины и следствия: «Надеюсь, что из-за сложной конструкции никто дирижировать нами не сможет». Здесь уместен вопрос: «Неужели сложная конструкция — это гарантия защиты от манипуляций?». Но и этот вопрос не был задан.

Следующее высказывание С. Сорокиной: «Наш выход в эфир 27 мая, если что-нибудь не произойдет», — подразумевает, что что-то произойдет. Тут можно было бы задать вопрос: «Что заставило вас подумать, что что-то произойдет?».

Хотя интервью получилось интересным, все-таки многие нюансы, значение реплик журналистки остались нераскрытыми.

Перед журналистом всегда стоит вопрос, стоит ли перебивать собеседника.

В интервью А. Ванденко «Евгений Киселев: “Я живу в долг”» [62] можно наблюдать несколько случаев метамодели. Киселев употребляет модель оператора необходимости: «Только в бригаде, готовящей “Итоги”, 14 человек, и никого нельзя выделить, все на месте, все нужны». Журналист А. Ванденко задает уточняющий вопрос: «Вы подписались под клятвой пожизненного трудоустройства половозрелых и профессионально самостоятельных людей?». Второй случай — чтение мыслей: «Если предполагали, что на фото кто-то из моих друзей, чей вид мне теперь неприятен, ошиблись». Журналист не решился перебивать собеседника и уточнять, почему ошиблись.

Чаще всего в журналистских текстах встречаются суждения, уводящие от смысла в контексте, и суждения, представляющие личное мнение журналиста, нередко выдаваемое за истину.

«“Телец” — фильм выдающийся. В нем все — открытие». Такое суждение весьма субъективно, как субъективны часто используемые вопросы типа: «Как мы выбираем кафе или бар, куда пойти вечером?» [63]. Как будто можно выбирать только между кафе и баром, а не рестораном или театром.

Таким образом, применение метамодели является лишь одним из приемов эффективного общения. Журналист сам выбирает моменты его применения, ситуацию в процессе разговора. Использование метамодели без предварительного расположения к себе собеседника, раппорта, превращается в бессмысленный допрос. Но в ситуации раппорта применение метамодели оправданно. Особенно это относится к интервью как методу сбора материала, где важна точность и недвусмысленность.



Рефрейминг может стать мощным оружием в руках журналиста, он помогает по-новому взглянуть на проблему и перспективы ее решения.

Метамодель позволяет определить языковые процессы моделирования, получить полную репрезентацию модели мира партнера по коммуникации. Метамодель содержит вопросы, с помощью которых можно восстановить действительный смысл, обнаружить искажения. Более точную информацию журналисту помогают собрать вопросы *кто? что? когда? как конкретно?* Журналист может расширить пределы ограничения модели собеседника, включая в интервью вопросы: *что вас останавливает? что вам мешает? что случилось бы, если бы этого не произошло.* Кроме того, метамодель помогает исключить семантические нарушения (изменение значений). Например, собеседник употребляет выражение: *«Это глупо!»*. Должен последовать вопрос: *«Глупо по отношению к кому?»*. Изучая репрезентативные системы собеседника, журналист при этом применяет гибкий подход, поскольку человек чувствует себя комфортно, когда с ним говорят на одном языке.

Техники НЛП вполне могут быть применены на практике, но им отводится второстепенная, вспомогательная роль. Никакие умные и грамотные вопросы не могут заменить взаимодоверия. Журналисту нужно пристально следить за развитием теорий нейролингвистического программирования и на практике адаптировать его идеи.

## 2.6. Умеем ли мы задавать вопросы? Классификация типов вопросов

Вопрос — важное орудие для получения сведений. Он может сразу втянуть собеседника в дискуссию. Правильно поставленный вопрос не дает партнеру уклониться от ответа, заставляет отвечать по существу. В журналистском расследовании правильно организованная сеть вопросов загоняет собеседника в угол и ставит все точки над «i». Вопрос — логическая форма, которая включает исходную информацию (суть и предпосылку) и способствует движению мысли. Вопросы различаются по объему выраженной информации.

Задавать вопросы нужно по существу. Человек, согласившийся на беседу с вами, не должен испытывать трудности с ответом. Если вы просто попросите его: *«Расскажите мне что-нибудь о вас интересное»*, — скорее всего, услышите в ответ не то, что ожидали. Задавая

вопросы в нужном порядке, вы существенно облегчаете себе доступ к информации, а человеку — поиск ответов.

Самые излюбленные вопросы журналистов — «Зачем?» и «Почему?». Эти вопросы, кстати, могут быть обращены и к себе, когда вы профессионально оцениваете содержание того, о чем вам говорят. Если мы хотим, чтобы на наши вопросы чаще отвечали «да», необходимо повысить вероятность положительного ответа, включив в вопрос подсказки: «Не так ли?», «Не правда ли?», «Правда ведь?», «Правда же?».

Различают следующие виды (типы) вопросов.

- Уточняющие и восполняющие.
- Наводящие и подсказывающие («Вам известно, что...»). Большинство в таких случаях соглашается с журналистом. Выделяют два типа наводящих вопросов:
  - содержащие явные или неявные логические презумпции;
  - содержащие оценочные или эмоциональные выражения.

Вопросы с явной презумпцией часто начинаются с констатации факта, а респондент должен высказать свое мнение по указанному факту. Вопрос с неявной презумпцией требует уточнения, а вопрос оценочного типа отличается жесткой эмоциональной направленностью.

Основная трудность — сформулировать у собеседника представление о целях интервью. Задав нейтральный вопрос: «Что вам обычно дарят на день рождения?», журналистка ожидала услышать ответ на вопрос: «Что вы хотите получить в подарок на этот раз?». Но респондент стал рассказывать о подарках, которые ему дарили в течение предыдущих лет, отвлекаясь на тему головных уборов. Поэтому журналистка вынуждена была прибегнуть к наводящему вопросу-подсказке: «А в этот раз ждете чего-нибудь особенного в подарок?». Такие вопросы задают, когда собеседник смущается или стесняется ответить или когда вопрос вызывает психологическое напряжение.

- Стимулирующий вопрос можно задать в том случае, если не сработал основной (люди не всегда охотно говорят о сокровенном). Тогда конкретизирующий вопрос контролирует логику изложения или релевантность темы.
- Зондирующие и дополнительные вопросы не готовятся заранее. Цель — проверить, действительно ли интервьюируемый обладает теми знаниями, на которые претендует (выявить, какая точка зрения соответствует подлинному мнению собеседника).
- Фокусирующий вопрос заставляет задуматься о последствиях неких действий или решений («Каким должен быть результат?», «Как вы думаете, что произойдет, если решение будет принято?»).

- Открытые и закрытые вопросы. Открытый вопрос позволяет получить наибольший объем информации («*Почему вы считаете, что...?*»). Закрытый предполагает ответ в узком спектре (согласен, не согласен). На закрытые вопросы отвечать легко, однако эффективность их невелика, если сведения получают от ограниченного круга лиц (т. е. если это не социологическое интервью, целью которого является получение определенных сведений). Структура вопросов зависит от желания журналиста, который направляет беседу, массива данных, однотипных ответов по конкретному предмету.
- Прямые и косвенные. Прямой вопрос: «*А вы верующий человек?*». Косвенный вопрос освобождает партнера по общению от категорических суждений.
- Простые и сложные.
- Конкретные и неконкретные.
- Благожелательные и неблагоприятные.
- Острые («*Жена ушла, потому что испугалась?*»).
- Блокирующие.
- Каверзные.

В интервью с Владимиром Кулистиковым — генеральным директором телеканала НТВ — журналистка позволяет себе поддевать собеседника, задавая каверзные вопросы. Каждый последующий ее вопрос становится жестче предыдущего, все вместе это создает агрессивный фон [64]. Здесь мы приводим часть этих вопросов.

— Но вы считаете, что, когда НТВ в течение трех телесезонов в прайм-тайм показывает людоедов, изувеченных людей, группы, проституток, педофилов и прочих аномальных элементов, это оправдывает коммерческий общенациональный канал, увеличивающий за счет этого свою долю аудитории?

— Можно сказать, «отечество в опасности!» Получается, что у подавляющего количества россиян и, исходя из вашей статистики, еще и во главе с руководящим составом крупных компаний страны какие-то серьезные патологические отклонения, если все они в таком объеме постоянно потребают в телеэфире НТВ бесконечный криминал, трэш и скандалы?

— Вы перечислили программы-флагманы НТВ, а ваша новая программа «Сука-любовь» с ведущим-трансвеститом является лицом канала НТВ? Вы считаете, что в Кремле к такому формату общенационального канала отнесутся с пониманием, особенно в силу недавних заявлений президента о формировании вкусов у молодежи?

— По степени аномалии «Сука-любовь» все-таки превзошла даже прежние аналогичные форматы НТВ. К примеру, здесь в позднем прайме в одном из сюжетов показывают, как женщина-инвалид, без рук и ног, меняет себе памперс, как ее моет любовник и прочие интимные подробности... И это далеко не единственный пример.

— Значит, акционеры НТВ понимают, что быть рядом с расчлененными трупами и ведущим-трансвеститом не комильфо для компании, добывающей национальное достояние?

— Программная политика, выбранная НТВ при вашем руководстве, основанная на криминале, трэше и скандалах, выводит компанию на высокие экономические показатели. Ну а сами-то вы хотели бы смотреть такое телевидение, как НТВ?

— Это один из ваших известных тезисов про то, что холодильник или стиральная машина, пожалуй, даже важнее, чем телевизор. И, как вы говорили, если бы государство усилило контроль над холодильниками, то смогло бы лучше контролировать общество, чем посредством телевизора. Но почему-то каждую пятницу, а иногда и чаще, в Кремль вызывают вас — руководителей федеральных телеканалов, а не наладчиков холодильных установок.

— Чего же Кремль так жестко контролирует телевизор, если руководитель одного из федеральных телеканалов страны считает телевизор обычным бытовым прибором?

— Но если у нас такая либеральная власть во главе с главным либералом-президентом, то чего же они так боятся, как называет их Владимир Путин, «кучки маргиналов» из пары тысяч человек, которые выходят на абсолютно мирные акции — «Марши несогласных» в разных городах страны, а их методично под разными мыслимыми и немыслимыми предложениями запрещают или, того хлеще, разгоняют милицейскими дубинками, а федеральные телеканалы эти акции либо вовсе не показывают, либо кардинально искажают?

Провокационный вопрос умышленно вызывает собеседника на неподготовленный заранее ответ. Задаются такого рода вопросы, чтобы получить сразу больше информации, чем хочет сообщить респондент.

Журналист часто добивается саморазоблачения респондента. В данном случае автор выбирает агрессивную манеру поведения, а интервьюю поминает допрос. Своими вопросами она пытается сбить собеседника.

Но ее визави опытный коммуникант. На вопросы отвечает спокойно и обтекаемо. И пафос журналиста не достигает цели.

Нередко прием используется в кульминационный момент интервью, он имеет поворотный характер, выполняет не только информационные, но и драматургические задачи.

Страницы желтой прессы наполнены кричащими, эпатажными, сенсационными интервью, которые касаются личной (и даже интимной) жизни собеседника. Ради популярности люди идут на такого рода интервью, отвечая на «неудобные» вопросы.

- Корректные и некорректные вопросы.

В интервью разных изданий журналисты проявляют разную степень раскованности.

Интервью с певцом и шоуменом Борисом Моисеевым в газете «Смена» [65] — пример доброжелательных отношений между журналистом и интервьюируемым. Однако из текста можно понять, что звезда с конкретным журналистом встречается не в первый раз. *«Вы же сами однажды уверяли меня, что в России не существует голубой мафии?»*. Беседа в целом свободная — ни журналист, ни его собеседник не стесняются в выражениях и формулировках: *«...Я же не буду писать бред вроде того, что я поступил в училище, где, выходя из класса, был зажат дверью, после чего мне прооперировали правое яйцо, и я стал геем...»*.

Некорректным выглядит вопрос, заданный актрисе Кэмерон Диас: *«Ты долго снималась в Риме. Итальянцы любят ущипнуть красоток вроде тебя за мягкое место?»* [66].

В интервью иностранному журналисту, автору книги о Кремле «Демократура Путина. Как Кремль учит Запад бояться» Борису Райтшустеру задают эпатазирующие читающую публику вопросы [67]: *«Не повредит ли Путину, если Кремль постоянно будут подозревать в убийствах?»*, *«Как Путин, так и Литвиненко начинали свою карьеру в КГБ. В 1998 году случился скандал: Литвиненко сообщил, что его начальники приказали ему убить Бориса Березовского. Тогда его главным начальником был Путин. Можно ли говорить о запоздалой мести одного врага другому?»*, *«Вы не боитесь оказаться на прицеле у тех группировок, которые пресекают критику убийствами, не боитесь повторения судьбы Анны Политковской, журналистки, критиковавшей Кремль?»*.

В интервью с артистическими звездами важно поддержать игровое состояние собеседника, чтобы придать беседе живой характер. В «Комсомольской правде» опубликовано интервью с Гариком Сукачевым *«В Питере хорошо влюбляться или умирать»* (1999. 26 марта). Интервью-импровизация, в которой журналист Дмитрий Жвания позволяет себе «поддеть» собеседника, задать каверзный вопрос (*«Разве Москва — не большая деревня?»*), предчувствуя острую эмоциональную реакцию. Эмоциональность придают ироничные вопросы: *«Вы снялись в клипе Аллы Пугачевой на песню «Мал-помалу»: Как вы попали в сонм мужчин, на которых пало милостивое пугачевское внимание?»*. Интервью получилось оригинальным и гибким благодаря игре, в которой участвовали оба собеседника:

- Вымогающий вопрос.
- Вопрос-несогласие.
- Эпатажирующий вопрос — *«Сколько вам требуется травки, чтобы вы почувствовали себя брюквой?»* (Вопрос Борису Гребеншикову о применении наркотических средств).

- Вопрос-капкан:
  - контрвопрос («бумеранг», обратный удар) — реплика, аргумент собеседника возвращается к тому, кто его высказал, оборачиваясь против него;
  - удар по системе демонстрации оппонента;
  - доведение тезиса оппонента до абсурда.
- Провоцирующий вопрос. («Скажите, а позже, когда появился Высоцкий, а вы как бы ушли на второй план, вы никогда не испытывали ревность к этому?» — вопрос был задан Б. Окуджаве.)
- Вопрос, заполняющий молчание («Андрей, несколько минут назад вы говорили, что... Как это согласуется с вашими последними словами?»).

Талантливый журналист Андрей Ванденко превращает сбор материала в философскую беседу. В интервью с Сергеем Юрским открывает все новые и новые грани творческой и духовной жизни актера. В ходе беседы журналист меняет свои роли, переходя от пассивного поведения к активному — после заявления собеседника: «Так зачем жить?» журналист атакует вопросом: «И как вы себе ответили на этот вопрос?». В этом интервью есть и наводящие вопросы с явной логической презумпцией: «Ведь был же в 70-е годы момент, когда вас по полной программе прессовали в Питере, добываясь, чтобы все забыли об актере Юрском?», и с неявной логической презумпцией, нацеленные на уточнение факта: «Говорят, вы демонстративно провожали евреев, уезжавших на ПМЖ в Израиль, общались с опальным Солженицыным?». Имеют место и оценочно-эмоциональные вопросы: «И все-таки, если человек в 55 лет приходит к Богу, это, извините, напоминает капитуляцию?», а также нейтральные вопросы: «Вы ведь были в Праге, когда город оккупировали советские войска?». Важной отличительной особенностью этой беседы является высокая степень контактности интервьюера, готового вступить не просто в «словесное фехтование», но и поддержать сложный диалог с незаурядным собеседником...

Существует несколько приемов подготовки человека к завершению интервью, особенно если попался разговорчивый собеседник («В то короткое время, которое у нас осталось...», «Прежде чем закончить наш разговор...»). На всякий случай оговаривается возможность повторной беседы. Человек должен почувствовать, что потратил время не зря.

Специфика работы в узкоспециализированных изданиях — эрудиция и накопленный опыт. Процесс общения требует собранности, мобилизации психических и эмоциональных сил, умственной напряженности.

Линия журналистского поведения не прерывается с последним вопросом. Человек может в конце беседы припомнить что-то важное, обронить интересную фразу, сделать важную реплику. Положение интервьюера и интервьюируемого разное: преимущества — на стороне журналиста. При этом необходимо учитывать конкретную ситуацию. Приемы, которые работают в одной обстановке, оказываются абсолютно неприемлемыми в другой.

Большинство интервью базируется на обыденном сознании. Вряд ли нужно производить впечатление всезнайки. Важно знать предмет, а не производить впечатление. Если человек использует специальную терминологию, незнакомые аббревиатуры, нужно попросить разъяснить, что они означают. Не надо стесняться показаться несведущим, чтобы упущенные вопросы не пришлось задавать во время уточнения по телефону. Такое поведение может дискредитировать профессию.

Лучшая шпаргалка для определения компетентных и полномочных персон — телефонные справочники и досье.

Ответы также можно разделить на несколько видов:

- правильные и неправильные;
- позитивные и негативные;
- краткие и развернутые.

Социолог С. А. Белановский предлагает набор методических приемов, направленных на поддержание спонтанности [68]. Так, **пауза** и **умолчание**, подбадривающая и номинальная **поддержка** могут стать стимуляторами беседы («*Продолжайте, это безумно интересно*», «*Вот как?!*»). Главное — не перестараться и не допустить ошибки. Перебор восклицаний опасен. Вас могут заподозрить в лести. **Отражение** (или эхо) — это открытая просьба расширить ответ, трансформировать вопрос, чтобы сделать более понятным для себя и будущего читателя. Изложить понятое более просто, доходчиво поможет **парафраз**.

Профессиональные приемы отрабатываются в процессе практики. Их выбор зависит от типов личности и поведения людей, с которыми приходится сталкиваться на практике. В работе с разными людьми журналист использует разные стили общения.

Поскольку интервью — один из самых распространенных методов в творческой деятельности журналиста, оно требует тщательной подготовки: предметной, психологической и технологической. В процессе общения нельзя допускать выпадов в адрес собеседника. Если у вас сложилось высокое мнение о нем, уместны комплименты. Возможны и такие признания: «Общаясь с вами, я многому научился».

В профессиональном общении, добиваясь благожелательного отношения к себе, используйте максимально контактоустанавливающие средства, весь арсенал речевых приемов. Задача общения — посылать речевые сигналы, которые имеют для вашего собеседника эмоциональное значение.

Помните всегда о релевантности, т. е. уместности вопроса, задаваемого конкретному лицу. На одной из пресс-конференций журналистка обратилась к вице-премьеру правительства области: «Что вы намереваетесь сделать с нравственностью молодых журналистов, один из которых с экрана сказал о пикетирующих пенсионерах: «Они не удосужились заработать себе на жизнь»?». Чиновник областного масштаба только пожал плечами от недоумения, но больше от очевидности неправильного выбора адресата [69].

Показателен случай, рассказанный известной питерской журналисткой Нонной Тимошенко о неудаче своего коллеги.

Редакция дала задание — показать накануне Нового года известного человека в непривычной для посторонних роли — любящего отца или дедушки, за домашними новогодними хлопотами. Это отличный повод для увлекательного праздничного репортажа. Быстро наметили кандидатуры известного детского врача, крупного ученого, писателя, инженера-изобретателя, нескольких любимых артистов, среди которых был Евгений Лебедев. У всех в семьях были дети или внуки. Но журналисту непременно хотелось попасть в гости к Евгению Лебедеву, только есть ли в его семье ребяташки подходящего возраста, никто не знал.

Один из журналистов осмелился позвонить известному актеру Рецептору: волнуясь, долго и сбивчиво напоминал артисту, где и при каких обстоятельствах они встречались, поминутно извиняясь и взывая к его чувству юмора, задал, наконец, сакраментальный вопрос.

Рецептор внимательно выслушал, а потом ледяным голосом отчеканил: — Товарищ журналист! Если вас интересуют разные редакции тех или иных пушкинских произведений, особенности поэтики драмы «Русалка» и тому подобные пустяки, вы мне позвоните. А с такими серьезными вопросами обращайтесь, пожалуйста, к Товстоногову.

**Выводы.** Журналист не просто расспрашивает людей, удовлетворяя собственное любопытство, он собирает общественно значимую информацию. Высокое осознание познавательных задач, которые ставятся перед журналистом, заставляют его применять многочисленные тактики и стратегии для того, чтобы сделать процесс сбора материала продуктивным, использовать каждую ситуацию общения для получения эксклюзивных сведений.



Контакты журналиста многочисленны и многообразны, порой они бывают непредсказуемы, и тогда он должен быть готов оперативно реагировать на ситуацию, которая квалифицируется как «разрыв шаблона» и требует нетривиального подхода.

В профессиональной деятельности журналист учитывает как мотивы людей, заставляющие идти на интервью, так и мотивы, вынуждающие утаивать информацию о себе либо о людях, с которыми они связаны (семья, производство).

Ему необходимо выбирать те формы общения, которые соответствуют ситуации (ритуальный или неформальный контакт). Используя информационные сигналы и систему невербальных символов, журналист активизирует духовную энергию собеседника. Сохраняя психологическое равновесие в любой ситуации, он старается не упускать инициативы.

Задача журналиста на всех этапах общения — преодолевать психологические барьеры, использовать механизмы «снижения сопротивляемости» со стороны объекта; догадываться об уловках, распознавать намерения и предупреждать негативные последствия общения. Владение психотехнологиями, в частности якорной техникой, помогает оптимизировать беседу.

Фон беседы должен быть так же содержателен, как сама беседа, и тогда она не будет выглядеть механической.

Формулирование вопроса — сложнейшая задача, ведь от его точности и уместности зависит качество собираемой информации.

Таким образом, интервью требует предметной, психологической и технической подготовки.

## Примечания к разделу 2

1. *Михайлов О., Вадимов О.* Как выудить информацию у чиновника? // Профессия — журналист. 2000. № 7–8. С. 18–19.
2. *Лазутина Г. В.* Основы творческой деятельности журналиста. М, 2000. С. 171.
3. Российская газета. 2007. 14 августа.
4. *Лазутина Г. В.* Там же. С. 188.
5. *Шостак М. И.* Журналист и его произведение. СПб., 1998. С. 50.
6. *Айви Е.* Лицом к лицу: практическое пособие для освоения приемов и навыков делового общения. Новосибирск, 1995. С. 30.

7. *Аграновский В. А.* Вторая древнейшая. М., 1999. С. 294.
8. *Карнеги Д.* Избр. работы. Л., 1992. С. 106.
9. *Ильченко С. Н.* Интервью в журналистском творчестве. СПб.: СПбГУ, 2003. С. 10.
10. *Белановский С. А.* Методика и техника фокусированного интервью. М., 1993. С. 105.
11. *Сорокин Б. Ф.* Философия и психология творчества: Научно-методическое пособие для аспирантов и молодых преподавателей. М., 2002.
12. *Горохов В. М.* Основы журналистского мастерства. М., 1989. С. 57–58.
13. *Дмитровский В.* Как взять интервью // Именно это может спасти интервью от поверхностности. Театральная жизнь. 1997. № 1. С. 37.
14. *Петропавловский Н. Н., Ситников А. П.* Путь к власти. М., 1996. С. 154.
15. *Белановский С. А.* Указ. соч.
16. Дырки в черепе: Интервью Понарова с Текменевым // НТВ.ру. Пресс-центр. 2008. Декабрь.
17. *Карнеги Д.* Избранные труды. Л., 1992. С. 106.
18. Там же.
19. *Крижанская Ю. С., Третьяков В. П.* Грамматика общения. М., 1999. С. 115, *Лазарева Э.* Речь журналиста на телевидении. Екатеринбург, 2003. С. 26.
20. *Михальская А. К.* Русский Сократ // Лекции по сравнительно-исторической риторике. М., 1996. С. 62.
21. Жанровые особенности радиодialogа // СМИ в современном мире / Под ред. В. И. Конькова. СПб. 2003. С. 185–18.
22. Моя эрогенная зона — интеллект!: Интервью Юрия Оводова с Владимиром Соловьевым // [www.e1.ru/news/](http://www.e1.ru/news/).
23. *Доценко Е. Л.* Указ. соч. С. 173.
24. *Лазарева Э.* Указ. соч. С. 27.
25. *Гойхман О. Я., Надеина Т. М.* Основы речевой коммуникации. Учебник для вузов, М., 1997.
26. *Лазарева Э.* Указ. соч. С. 6.
27. Интервью в журналистском творчестве. СПб.: СПбГУ, 2003. С. 32.

28. *Шумилина М.* «Не могли бы вы рассказать». М.: Изд-во Моск. ун-та, 1976.
29. *Шостак М. И.* Журналист и его произведение: Практическое пособие. М. 1998.
30. К барьеру! 50-процентному // НТВ.ру. Пресс-служба. 2006. Декабрь.
31. Караван историй. 2003. № 1.
32. *Самарцев О.* Современный коммуникативный процесс. Ч. 2 // Теория и методика журналистики: Учебное пособие. Ульяновск, 2000.
33. *Ушакова Ю. А.* Гомельский: «Мужчине столько лет, сколько лет его женщине» // Караван историй // Караван историй. 2003. № 1. С. 82–96.
34. *Шостак М.* Журналист и его произведение. М., 1998. С. 87.
35. Там же.
36. *Клюев Е. В.* Речевая коммуникация. Учебное пособие для университетов и институтов М., 1998. С. 89.
37. *Белановский С. А.* Методика и техника фокусированного интервью. М.: Наука, 1993. С. 105–107.
38. *Солганик Г. Л.* О закономерных тенденциях развития языка газеты в XX в. // Вестн. Моск. ун-та. 2002. № 2. С. 49.
39. *Какорина Е. В.* Стилистические изменения в языке газеты новейшего времени (трансформация семантико-стилистической сочетаемости). М., 1992. С. 15.
40. «Шпрингер независим, потому что мы зарабатываем на жизнь сами» // Журналист. 2002. № 5. С. 28–29.
41. НТВ.ру. 2007. 24 декабря.
42. *Тертычный А. А.* Аналитическая журналистика: познавательно-психологический подход. М.: ТОО «Гендальф», 1998, *Тертычный А. А.* Жанры периодической печати: Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2000.
43. *Отто Э.* Слово предоставлено вам. М., 1988. С. 21.
44. Цит. по: *Гойхман О. Я., Надеина М. А.* Основы речевой коммуникации: Учебник для вузов. М., 1997.
45. Цит. по: *Лазарева Э.* Речь журналиста на телевидении: Учебное пособие. Екатеринбург.: Изд-во Урал. ун-та, 2000. С. 74.
46. Цит. по: *Лазарева Э.* Указ. соч. С. 74–75.

47. *Чудинов А. П.* Умение убеждать: Практическая риторика. Екатеринбург, 1999. С. 60.
48. *Кохтев Н. Н.* Основы ораторской речи. М. 1999. С. 145.
49. *Ученова В.* Беседы о журналистике. М.: Молодая гвардия, 1985. С. 168.
50. *Лазарева Э.* Указ. соч. С. 42.
51. *Лазарева Э.* Указ. соч. С. 43.
52. *Стернин И. А.* Практическая риторика. Воронеж, 1996. С. 90.
53. *Зарецкая Е. Н.* Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. М., 1999.
54. *О'Коннор Д., Сеймор Д.* Введение в нейролингвистическое программирование. Челябинск, 1998. С. 87.
55. *Дилтс Р.* Фокусы языка. Изменение убеждений с помощью НЛП. СПб., 2001. С. 45.
56. *Адлер Г.* Современные психотехнологии. СПб., 2001. С.140.
57. *Дилтс Р.* Указ. соч. С.60.
58. Комсомольская правда. 2002. №№ 65 и 68.
59. Комсомольская правда. 2002. № 58.
60. Комсомольская правда. 2002. №№ 58, 56.
61. Комсомольская правда. 2002. № 63.
62. Комсомольская правда. 2003. № 53.
63. Комсомольская правда. 2002. №.56.
64. «В Кремль должен ходить руководитель каждой большой корпорации» // Гендиректор НТВ Владимир Кулистиков о программной политике, доходах компании и влиянии Кремля // «Коммерсантъ». 2007. 4 июня. Цит по: [www.kommersant.ru](http://www.kommersant.ru).
65. Смена. 2002. 1 марта.66. АиФ. 2003. № 78.
66. Инопресса 2008. 9 января. <http://www.inopressa.ru/standard/2006/12/08/12:23:11/riteshuster>.
67. Методика фокусированного интервью. М., 1993. С. 237.
68. *Лозовский Б. Н.* Этическое решение — и искусство, и технология // Журналистское образование в XXI веке. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2000. С. 72.

## Раздел 3

---

# Электронный собеседник

---

Этот раздел книги посвящен стратегиям коммуникации и технологиям поведения журналиста в кадре. Мы покажем,

- как конкретные журналисты, ведущие авторских программ, используют коммуникативно-речевые методики для привлечения внимания аудитории и вовлечения ее в процесс игры;
- какие возникают психологические эффекты в телевизионном общении;
- как работает имидж журналиста на цели и задачи телепрограмм;
- какие психологические моменты используются ведущими для проведения зрелищных теледебатов и телешоу.

### 3.1. Радиообщение: стратегии коммуникации

«Электронный» собеседник выстраивает истинные стратегии партнеров — этические, психологические, речевые. Дикторский текст звучит как обращение от первого лица [1]. Профессиональные требования заставляют журналиста заботиться о таких личностных и творческих характеристиках и таком социально одобряемом поведении, которые отвечают ожиданиям и интересам аудитории. Он выбирает свое амплуа, проигрывает роль, которую предстоит сыграть, думает об этических нормах, формулирует для себя цель общения.

Ведущие сегодня вытесняют дикторов. Слушатели ждут лидера их мнений, истолкователя сложных проблем, ждут журналиста как личность значительную и в нравственном, и в духовном плане, поэтому серьезно относятся к словам, стилю и манере поведения ведущих. Бывает, что на каком-то этапе они начинают воспринимать не только образ, но и самого автора передачи, доверять ему по-настоящему, спрашивать совета, обращаться как к психологу. Слушатели ждут от

ведущего умения интересно говорить даже о пустяках, увлекать, а не просто развлекать.

Ведущий может стать почти культовой фигурой, если это личность, способная долго держать радииную аудиторию. В конце 1970-х гг. на радиостанцию «Би-Би-Си» пришел работать Всеволод Новгородцев — моряк, музыкант, эмигрант. В его программах «Севаоборот», «Рокпосевы» и др. непривычным было все, что он привносил в общение с радиослушателями — стиль, сленг, соединение рок-н-ролла и христианства. Жизненный опыт, широкий кругозор, множественность впечатлений, желание и умение ими поделиться принесли ему и эфирное долголетие, и признание слушателей. Сегодня такой фигурой можно назвать Алексея Венедиктова («Эхо Москвы»), который сделал это интерактивное радио одним из самых популярных.

Радииная аудитория разнородна по социальному и возрастному составу, уровню общих и специальных знаний. Как быть интересным для всех? Когда компетентность, эрудированность сочетаются с доступностью, радиоведущий становится популярным. Таким, например, как Андрей Горохов на «Немецкой волне» или Майя Романова, которая ведет театральные беседы на «Радио России». Эти ведущие запоминаются парадоксальностью мышления, юмором, оригинальностью оценок и простотой общения.

Сегодня, как грибы после дождя, появляются все новые радиостанции FM-диапазона. Потребовалась профессия ведущего, которого отличают особый темперамент, энергичность, остроумие, эрудированность, умение поддержать бодрое настроение слушателей, умение вставлять в канву сюжета уместные реплики. В авторских передачах, не скованных жесткими рамками, ведущие могут объемно выразить себя. Иными словами, потребовались творческие личности, умеющие, уважая вкусы аудитории, продолжительно общаться с ней в живом эфире. Такие ведущие появились на радио «Авторadio», «Европа плюс», «Эхо Москвы» и многих других. Для них характерны легкие ироничные интонации, манера общения со слушателями как со своими приятелями и близкими знакомыми. Дифференциация аудитории по интересам, вкусам, пристрастиям вызвала к жизни разные типы ведущих радио- и телепрограмм [2].

Тип *«ведущие-информаторы»* — спокойные сегменты эфира. Их задача — найти информацию и использовать особенности своего голоса для комментария. Задача — быть нейтральным и ненавязчивым, проявлять минимум эмоционального состояния.

«*Ведущий-собеседник*» демонстрирует высокую степень вмешательства в событие, использует особые приемы общения со слушателями. Воздействие на слушателя достигается интонационными ухищрениями, оригинальностью текстов. Однако в задачу ведущего не входит раскрытие своего истинного состояния. Чаще всего ведущий — это или балагур, или саркастический, не довольный жизнью зануда. Ведущие прекрасно справляются с этими ролями.

Тип «*ведущий-наставник*» предполагает максимальное вмешательство в информационный процесс; выводы, которыми он делится с аудиторией, весомы. Не заемная манера общения, индивидуальный стиль, самобытный выбор тем, легкий или жесткий подбор аргументов, уместный тон и эмоциональная оценка очень важны (А. Венедиктов, Е. Альбац, С. Доренко на радио «Эхо Москвы», С. Кучер «Совершенно секретно» на телеканале СТО).

Обаяние и открыто выраженная позиция, желание быть самым собой создают доверительные отношения с аудиторией. «Замена передач, ориентированных на книжный тип речи «по бумажке», «свободным говорением» привела к тому, что публичная речь стала более разговорной, живой и образной, лаконичной, без привычных штампов и речевых стандартов» [3].

Среди ведущих распространено «перебрасывание репликами», которые носят либо спорный, либо шутливый характер. Не зазорно интеллигентно подшутить над мнением коллеги, но при этом нужно не нанести урон ему и передаче. Однако не подлежат иронии физические недостатки, тембр голоса, косноязычие, вероисповедание, национальность, социальная принадлежность, возраст «коллег по станку».

К сожалению, сегодня происходит экспансия самодеятельности на радио и телевидение. Пришли дилетанты, которые учатся общению с аудиторией по ходу контактов с ней. Пустой болтовней, ничего не значащими сообщениями наполнен эфир. Приколами, которым радуются только сами ведущие.

Современный слушатель и зритель жаждет не столько драматургии зрительных и звуковых образов, сколько диалога и драматургии мысли [4].

### 3.2. Человек в кадре: феномен телеобщения

Телевизионное сообщение — это комплексное коммуникативное послание автора зрителю, которое наряду со смыслом, заложенным в тексте, в закодированном виде передает информацию о личности

коммуникатора, отражает его эмоциональное состояние и поведение. В прямом эфире автор (ведущий) передачи предьявляет свою личность многомиллионной аудитории непосредственно, а в записанном телесообщении опосредованно. Деятельность журналиста, являясь творческой по своей природе, позволяет ему самостоятельно выбирать выразительные средства, чтобы не только сделать доходчивым свое телесообщение, но и представить его в более выгодном свете.

Феномен телеобщения — совмещение хрупкой природы межличностного общения и многомиллионного рупора. На современном отечественном телевидении наблюдается преобладание контакта «*ведущий — зритель*», а не «*информация — зритель*». «Связь между эмоционально-психологическими и чисто информационными слоями передаваемых сообщений может подразумевать “специальную информацию телеведущего о самом себе в попытках добиться лично-содержательной соединенности со зрителями”» [5].

По мнению В. Матизена, такой вид контакта формирует личную известность ведущего (журналиста): знакомый человек в кадре служит для зрителей прежде всего ориентиром в пестром мире телевизионных передач благодаря тому, что всякий раз его появление сопровождается интересной для данного зрителя информацией [6].

Ведущий — телевизионный партнер, инициатор общения, организатор коммуникационной среды — всегда рассчитывает на реакцию аудитории. С помощью аудиовизуальных средств он поддерживает постоянное внимание к телеэкрану, эмоциональный контакт, личностную включенность. Опираясь на собственное чувство меры, ощущая присутствие образа другого, он приспособливает психику аудитории к условиям общения, активизирует событийное «Я». Журналист — участник экранного действия, проводящий острое интервью или репортаж-расследование, не просто достигает высокого уровня персонификации, но и становится «объектом сочувствующей идентификации» [7]. Телепередача любого жанра — телевизионное общение его автора.

«По сути, журналист делает то же, что и диктор, — читает строчки, бегущие по телесуфлеру. Но зрителю передается чувство, что этот человек понимает, что читает. Телеведущий не столько вводит зрителя в мир информации, сколько привносит в этот мир и восприятие как выраженную потребность передать собственную обращенность и осведомленность в событиях. Роль ведущего приобретает смысл лица со «значением» говорящего «имени». Он не просто читает текст, а что-то имеет в виду, нередко бросая острый взгляд на положение вещей в окружающей жизни» [8].



Не только сюжетный видеоряд, но и сам ведущий в реальном времени «оживляет» сообщения, т. е. создает зрелищную наглядность.

Телеведущий начинает восприниматься чуть ли не «конструктором» события. Речевые и неречевые средства «настолько приобретают характер поступающего сознания, что ведут к возникновению иллюзии: он тот человек, благодаря которому существует особый смысл передаваемых сообщений» [9]. Фронтальная обращенность телеведущего к зрителям образует фасад (экранный фронт) ролевого поведения в кадре. Элементами фасада являются стандартизованные средства выразительности: внешние данные, манера поведения, предметы и приметы фона студийной обстановки. Обязательным атрибутом общения становятся игровые элементы (разученные и поставленные), позволяющие, с одной стороны, «держать аудиторию», а с другой стороны, производить выгодное впечатление [10].

К средствам выразительности относятся такие элементные формы фасада, как улыбки, слова, приветствия, напоминания о дружеском контакте. Это могут быть сложные и многочисленные средства вербальной и невербальной коммуникации (мимика, пауза, ритм, выражение глаз, характер движений), которые эффективно действуют при всем формализованном характере прямого эфира.

Поведение ведущего определяется его «ролевой партией в общем и оркестрованном действии, требует согласования рисунка экранного поведения с общим видеорядом, отдельными репортажами, закадровым комментарием» [11].

Зрительно-вещественные атрибуты: сценический фон и наполнение определенной обстановки, а также сюжетных элементов прямого эфира — необходимые условия его осуществления, выражения оптимального контакта с телеаудиторией для достижения взаимопонимания [12].

В визуальном восприятии зрителей телеведущий, его экранный образ живет в форме «присутствия», как запомнившиеся приметы суммарного внешнего облика (характерные движения, взгляд, интонации, знаки внимания и т. д.). Рисунок общих преобразований в кадре становится немым актерством.

Эта закономерность усиливается тем обстоятельством, что отношение к аудитории опосредуется отношением к себе с позиции телевизионной известности. Последняя прогрессирует почти принудительно. Популярность того или иного ведущего у зрителей можно объяснять не только частотой появления на экране, есть и другие способы понравиться. Например, разыгрывая роли:

- а) с целью создания у телеаудитории выгодного впечатления от правильности своего поведения;
- б) под углом зрения того, каким ведущий видит самого себя со стороны телезрителей;
- в) с позиции личного эгоцентризма, самопредставления о том, каким бы он хотел быть, как его видели бы телезрители.

Опытные работники телевидения предостерегают от такого игрового соблазна, потому что ведущий «обязательно начнет играть самого себя». Эти три ролевые ракурса могут частично совмещаться, заметно расходиться между собой или выступать слитно, накладываясь один на другой [13].

В чистом виде подобный тип общения предполагает выдвижение на первый план не столько самого содержания, сколько возникающего по поводу конкретных сообщений эмоционального выступления.

Если на заре отечественного телевидения первые ведущие создавали «обаяние второго плана» [14], обращаясь к зрителям на дистанции доверия с «мягкой приглушенностью», то в последующем (в период политического телеофициоза) они только «держались» на втором плане, добросовестно укрепляя социальные чувства и настроения. Сегодня необходимость активно-игрового характера экранных действий порождает выдвижение ведущего на передний, крупный план с опорой на приближенную мимику, всю зрелищную полноту суммарного **фасадного** поведения [15]. Относясь к массовому, ритуальному, телевидение обладает адресными свойствами, которые восполняют отсутствие прямого общения и позволяют придать диалогичность контакту зрителя с экраном. Идея активного диалога, симметричного общения содержится в природе телевизионного зрелища. От того, насколько равно и ровно, симметрично в массовом взаимодействии происходит межличностный обмен, во многом зависит успех передачи [16].

«Когда зритель наблюдает журналиста и героя (героев) передачи в неформальной обстановке, он словно заражается ощущением простоты общения, слово сам попадает в студию. В таких передачах журналист, выполняя роль в социально ориентированном общении, создает иллюзию дружеского, неформального общения. Такого же эффекта достигает показ многочисленных “интервью у прохожих” по ходу передачи» [17].

Автор книги определяет эту модель как **коммуникативную стратегию преодоления опосредованного характера общения.**

Вспомним передачу «Пока все дома». Журналист Тимур Кизяков использует многие атрибуты для того, чтобы приблизить зрителей к героям (семейные фотографии, предметы обстановки). Часто в передачах участвуют домашние животные. Рассказывается о милых увлечениях, обсуждаются факты из жизни — все вводит в неформальный семейный круг.

Журналист может изменить социальную роль: из ведущего — выразителя социально направленной информации, передающего авторскую концепцию текста, — он на время передачи может превратиться в человека другой профессии, находящегося в других отношениях с героем.

Передачи «Кулинарный поединок» (НТВ) — своеобразное интервью, которое проводит ведущий, сочетающий в себе роли повара, хозяина дома, приятного собеседника. Невербальное выражение ролевых ожиданий — одежда (фартуки), тематика разговора. В общении используется специальная кухонная лексика, поскольку люди на кухне заняты резкой овощей, жаркой или варкой.

По этому же типу сделана передача «Охота за рецептами» на телеканале «Домашний». Только действие происходит не на импровизированной кухне, а в доме, на настоящей кухне хозяев.

Опосредованный характер общения тележурналиста со зрительской аудиторией преодолевается и с помощью тактики интимизации общения. Журналист использует вербальные и невербальные средства, с помощью которых имитируется неформальное общение, когда люди хорошо знакомы, расположены друг к другу, симпатизируют, имеют много общих точек соприкосновения. Такие средства многочисленны, широко используются не только на телевидении или в неформальном общении близких людей. Телепрограммы различны по насыщению средствами неформального общения, от полностью построенных на таком общении («Ночной гость», канал «Культура»; «Женские истории с Татьяной Пушкиной», «Открытая студия» с Никой Стрижак, 5-й канал) до единичных «вкраплений беседности» («Воскресный день» с Александром Коренниковым, 5-й канал; «Доброе утро, Россия», РТР) [18].

К середине 1990-х гг. диалогический разговорный стиль стремится к дифференциации под давлением понятий «рейтинг», «конъюнктура», «себестоимость производства», «реклама», «массовый зритель» и «аудитория».

Традиция острого разговора, социальный пафос журналистского расследования уступили место отстраненному информированию

о последствиях событий дня, передачам «сиюминутного реагирования», «быстрорастворимого» общения («Утро в большой стране»). На другом полюсе — «Поле чудес», «Золотая лихорадка» (19).

Сегодня изменяются ролевые стратегии человека в кадре, расширяются сфера разговорности, степень его участия в театрализованном действии, свобода в выборе тем. Ролевые функции, цели взаимодействия, паритетность стратегий собеседников дают большое количество разговорных программ прямого эфира, где присутствуют: пестрота мнений, яркая персонифицированность передач, неповторимость общения (канал «Домашний»).

Журналист выступает в программах, где он не просто собеседник, а еще и:

- а) эксперт в своей узкой прикладной области;
- б) коммуникатор по текущим злободневным сиюминутным вопросам («жгучим вопросам современности»);
- в) партнер по задушевной беседе «за жизнь», когда «само общение становится материалом ленты» [20].

Такова новая программа Сергея Брилева «Пятая студия», которая возродила традицию вдумчивого, максимально внятного обсуждения острых и злободневных проблем. Участвовать в ней приглашались Евгений Примаков, Сергей Нарышкин, Владимир Жириновский, Геннадий Зюганов, Сергей Миронов, Олег Морозов, Уго Чавес, Збигнев Бжезинский и др.

Эффективность влияния ведущего на аудиторию зависит от нескольких факторов: цели создания передачи, жанровых рамок, благоприятных для речевого взаимодействия, профессионализма и этичности отношения телекоммуникатора к партнеру по речевому общению. Умение игнорировать искусственность телевизионного антуража, делать камеру союзником приближает общение журналиста к естественному [21].

Сильная личность, индивидуальность не нуждается в гриме. Увлекательный рассказчик и человек способен «пробить экран, оказавшись рядом с теми, кто его смотрит» [22]. Именно такими блестящими творческими индивидуальностями были в 1960-е гг. С. Юткевич, А. Каверзнев, И. Андронников. Так, например, поведение «говорящего человека» Ираклия Андронникова — «пауза в речи, небрежно брошенная фраза, улыбка, смех — все расширяет емкость звучащего слова, выявляет все новые и новые смысловые резервы, делает речь необычайно доступной, наглядной, выразительной, эмоциональной» [23].

Его речь была полисемична. Сам ведущий сочетал в своем облике интеллект, демократичность, независимость суждений и следование общепринятым нормам. Это создавало ни на кого не похожую экранную роль. Сегодня эту традицию продолжает Эдвард Радзинский.

К середине 1960-х гг. подобные типажи были вытеснены монологическим стилем. Исчезло закадровое пространство и телесюжеты. Журналисты были не свободны в выборе, не могли полноценно разговаривать с героем. Традиции острого разговора, социальный пафос журналистских расследований уступили место отстраненному информированию о последних событиях дня.

С середины 1980-х гг. десятилетие перестройки вызвало к жизни полемичность, публицистичность. Возникли новые телепередачи с новым типом ведущих. Так, передачи «Телеслужба новостей», «Монитор», «Телекурьер», «600 секунд» на Ленинградском телевидении отражали потребность народа «самовыговориться», определялись его настроениями. Лица, события, бывшие ранее под запретом, находили отражение в новых проектах: «Взгляд», «Пятое колесо», телемосты.

В режиме прямого эфира проходили передачи «12 этаж», «Общественное мнение». Организовывались форумы, дебаты, дискуссии [24]. «Домашнего» собеседника шестидесятых сменяет социальный трибун, представитель народного вече. Прямые контакты со зрителем шли посредством телефона. Ведущий воплощал в себе гражданина, ответственного за принятие важных решений.

К середине 1990-х гг. диалогический разговорный стиль стремится к дифференциации. Меняется содержательное ядро передач. Глобальные проблемы социальной жизни сменились проблемами частной. Активно мыслящего массового собеседника заменила безликая студийная аудитория. Зритель-гражданин превратился в мирного обывателя [25].

Телекоммуникатор взял за правило проявлять снисходительность к собеседнику. Интонация исповедальной беседы, беседы ради общения — теперь экранная редкость. Исключением являлись такие передачи, как «Антропология» Дмитрия Диброва, «Ночной полет» Андрея Максимова, посвященные проблемам искусства и театра.

Такая роль ведущих позволяет рассуждать о двух их типах — Авторе и не-Авторе. Что же делает журналистику поистине авторской? Журналистка Ольга Краснаярова относит к авторам ведущих авторских передач, подобных Павлу Любимцеву, в телепутешествиях которого полно своеобразия, изюминки, изыска. То, как этот автор говорит, смотрит, выражает эмоции, — многому учит. «Его путешествия,

по существу, становятся уроками вкуса, интеллигентности, любви и радости жизни», — считает журналистка.

«Нас увлекает взгляд изумленного, замороженного встречей с миром, который для Автора всегда нов, неожидан, парадоксален, а иногда полон боли и страдания. Это творение впервые, т. е. взгляд на мир словно впервые, когда происходит откровение общечеловеческих ценностей как будто заново открытых, когда затасканные истины вновь обретают в сознании человека свой сокровенный смысл» [26].

На разных российских каналах произошло клонирование передачи, которую вел Любимцев. Многие тележурналисты отправились в дальние страны, чтобы описывать экзотику, входить в контакт с различными людьми. Передачи называются по-разному, но несут одну смысловую нагрузку, повторяя профессиональные приемы и манеры первооткрывателей подобных программ.

Умение видеть привычные и повседневные вещи в необычном контексте, «способность находить удовольствие в самых заурядных жизненных явлениях, наконец, умение с блеском и остроумием развенчивать тупость и угрюмость, зло» [27] привлекают телезрителей.

К примеру, в программе «Секс с Анфисой Чеховой» перед нами роковая, эпатажная, интригующая женщина без комплексов. Она удивительно тонко балансирует между пошлостью и кокетством. Она с легкостью говорит о любых интимных вещах вслух. Оставаясь дразняще-откровенной и вместе с тем недоступной, Анфиса знает все о сексуальной жизни человека. Она не похожа на традиционный секс-идеал блондинки с длинными ногами (Марику из «Элементарного секса» на ТТV или Арину Махову из «Азбуки секса» на Муз-Тв). Полноватая, с неправильными чертами лица, Анфиса кажется более женственной, сексапильной и действительно опытной, нежели ее «стандартные» три конкурентки-красавицы с музыкальных каналов. Образ оправдывает зрительские представления об эротичной героине.

Таких примеров не много. Часто смысл телевыступления ограничен, имеет predetermined заданность, стиль же базируется на общепринятых символах и стереотипах. «М. Леонтьев так и сыпет эпитетами и сравнениями, основанными на стереотипах усредненной массы», — замечает журналистка, однако не спешит с выводом, что это «плохая журналистика»: просто это не авторская журналистика, по ее мнению. Но и для Автора и не-Автора может быть ценным совет О. Краснояровой: «Все же журналисты время от времени должны

перетряхивать, проветривать свои кладовые, захламленные, запыленные штампами и трафаретами».

На основе многочисленных исследований психологи института повышения квалификации тележурналистов зафиксировали параметры, способствующие положительному восприятию ведущих телепрограмм, а также характеристики, препятствующие общению. К первым отнесли выраженную экстраверсию, низкую тревожность, эмоциональную устойчивость, зрелость, доминантность (силу «Я»), моралистичность, авантюризм, склонность к экспериментам, оригинальность, самоконтроль, желание сформулировать позитивный имидж, преобладание интереса к внешним событиям над интересами к внутреннему миру. В глазах зрителей хорошо выглядят критичные, независимые, доверчивые, способные радоваться чужим удачам ведущие.

Ко вторым характеристикам (препятствующим общению) отнесли: склонность к доминированию, самоуверенность, радикализм, предприимчивость, развитую интуицию, подозрительность, уязвимость, неуверенность в себе, беспокойство, отсутствие эмоций, поведенческую зависимость. Отталкивают зрителя и такие качества, как неартистичность, несексуальность, беспринципность, унылость.

Ведущий телепрограммы обязан быть раскованным и тактичным одновременно, телегеничным, конечно, владеть устной речью и уметь работать в прямом эфире [28]. Одной из важных черт является эмоциональность, способность к юмору, иронии, игре со зрителем.

Телевизионный ведущий — носитель определенного культурного кода. Владение языком, культура его речи значительно расширяют границы кадра и помогают решать коммуникативные задачи [29]. Культура речи — это «такой набор и такая организация языковых средств, которые в определенной ситуации общения при соблюдении определенных современных языковых норм и этики общения позволяют обеспечить наибольший эффект в достижении постоянных коммуникативных задач» [30].

На использование речевых средств оказывают влияние экстралингвистические факторы, возраст участников речевого акта, целенаправленность речевого действия, социальный статус партнеров по общению, характер отношений между ними (официальный — неофициальный, дружеский, интимный), время и место речевого взаимодействия [31]. **Этический компонент** вводит строгий запрет на сквернословие в процессе общения, осуждает разговор на повышенных тонах. Однако в практике современного телевидения эти запреты нередко нарушаются (передача «Comedy club»).

Понятие культуры речи включает в себя точность, которая определяется (по Б. Н. Головину) следующими признаками:

- знанием предмета;
- логикой мышления;
- умением выбирать нужные слова;
- выразительностью речи, которая проявляется:
  - в неравнодушии;
  - самобытности мышления;
  - хорошем знании языка;
  - свойствах и особенностях языковых стилей;
  - умении контролировать речь, замечать, что в ней выразительно, а что шаблонно;
  - сознательном намерении читать и писать выразительно;
  - психологической установке на выразительность.

Речевой стиль ведущего развивается из культуры личности, психологии, интеллектуальных качеств, общего характера восприимчивости. «Иногда складывается ситуация, когда в сопряжении внеречевых форм обращения с аудиторией может сформироваться выгодная манера поведения человека в кадре, но отсутствует творческий почерк с точки зрения устоявшихся для прямого эфира языка, речевых интонаций и общих приемов выразительности» [32].

### 3.3. Имидж — не роскошь, а средство контакта

Как Виктор сказал, Степаныч,  
А это не шутка, братцы,  
С харизмой нужно родиться,  
А имиджем — заниматься!

*В. П. Вишневский*

Проблемами имиджмейкерства сегодня занимается много наук: психотехнология, синергетика, коммуникология, физиогномика, статистика, эстетика, евгеника, психоанализ, психология творчества, социология, антропология. Знания, которые они дают журналисту, в какой-то мере могут сориентировать его в выборе своего имиджа. Мастерство поддерживается постоянным поиском и трудом.

*Имидж* — образ, порожденный в определенной ситуации с определенной целью, иными словами, образ, специально формируемый или программируемый. Это интеграционное, комплексное образование (ассоциируется с понятиями «престиж» и «репутация»). Имидж



формируется результатами деятельности, средствами рекламы и массовой коммуникации. Имидж — целая отрасль в управлении [33].

Имидж представляет собой наиболее эффективную подачу сообщения, которая в состоянии обойти имеющиеся в каждом человеке разнообразные фильтры; это публичное, внешнее «Я» человека [34]. Имидж является средством для достижения цели. То, как работает образ — «за» или «против», — зависит от его носителя. Все определяется психологическими установками человека, его видением мира.

Английская исследовательница Элери Сэмпсон рассматривает имидж как сочетание ряда внешних и внутренних факторов, задающих самоимидж, воспринимаемый имидж и требуемый. Имидж воспринимается с разных позиций — со стороны своего «Я», со стороны других, со стороны реалий и со стороны желаний.

Самоимидж вытекает из прошлого опыта и отражает внешнее состояние самоуважения объекта, а воспринимаемый имидж — это объект глазами других (часто мы не знаем точно, как отзываются о нас другие: преуменьшаем или недооцениваем свою значимость в их глазах) [35]. П. С. Гуревич связывает понятие «имидж» как с внешним, так и с внутренним содержанием человека — «внутренним психологическим типом, черты которого отвечают запросам времени и общества» [36]. Имидж отражает далеко не все личностные качества, но по возможности лишь те, которые привлекают публику. «Имидж — это сфальсифицированный образ..., но частично опирающийся на реально существующие качества. Между имиджем и реальным объектом существует так называемый “разрыв достоверности”, поскольку имидж сгущает краски образа и тем самым выполняет функцию внушения» [37].

В круг обязанностей ведущих НТВ не входит проявление подлинных чувств, в концепции программ много условностей, не позволяющих ведущим себя искренне выразить.

Ведущие многих передач НТВ лишь имитируют демократический стиль общения. Они строят свой имидж в соответствии с функциями передач — удовлетворить потребности зрителей в эмоциональной разрядке и развлечении. Для аудитории важную роль играют такие характеристики, как привлекательность, а не компетентность и моральное право выступать перед миллионной аудиторией. Целостность образа привлекательной и обаятельной молодой женщины позволяет женщинам-ведущим функционировать в роли устойчивого эталона восприятия.

Процессуальная сторона имиджа включает эмоциональную выразительность, страстность, энергию, скорость реакций — все то, что относят к темпераменту. Но и не только это: «чувство юмора, артистичность, лицедейство» [38]. Построение образа требует не только учета момента, но и демонстрации черт и особенностей характера, связанных в сознании людей с лидерскими качествами.

СМИ ориентируются на психологические характеристики аудитории и психологический тип ее поведения, поэтому имидж строится с опорой на уже имеющийся стереотип. Зрителю интересен персонаж, выделяющийся из общей массы: он ждет яркие, интересные, красивые образы, иногда неожиданные и даже эпатажные. Если характер программы таков, что в нем требуется «волевая женщина», то зритель непременно получит этот образ, а если зритель ждет «своего парня» на экране, он обязательно появится. Здесь действует эффект адекватности зрительского ожидания. В сознании потребителя должна происходить полная идентификация героя с предлагаемым образом.

Когда зритель включает новостийную программу, то ему вовсе не обязательно показывать длинноногую блондинку в бикини, проникновенно читающую новости. Программу — представление популярных горячих хитов за неделю вряд ли будет вести характерная пенсионерка. Программу «Окна» должен был вести именно такой человек, как Дмитрий Нагиев, воплощающий в себе образ циничного, наглого, сексуального, уверенного и успешного мужчины. Представить на месте этого ведущего любого другого — Тимура Кизякова, Евгения Киселева, Сергея Доренко, Валерия Комиссарова или даже Отара Кушанашвили, близко по типуажу, — просто невозможно.

Конструирование имиджа начинается с внешности. Чрезмерная яркость, экзотичность внешнего облика является неуместной в выпуске новостей, поскольку отвлекает зрителей от полноценного восприятия текста, но в развлекательной передаче придется весьма кстати. Варьируется и возраст диктора. Женщины-дикторы преимущественно молоды, обаятельны, красивы — сам их облик вызывает доброжелательную улыбку, симпатию. Облик диктора-мужчины старше 30 лет ассоциируется скорее с серьезностью, основательным жизненным опытом. Если диктор выступает в публицистической передаче, то здесь он расширяет свое профессиональное амплуа. Он более свободен в проявлении своих эмоций («ТВ было и остается «рентгеном характера») [39] (Алексей Пиманов, автор программы «Человек и Закон»).

Удачный пример формирования сознательного имиджа — Владимир Познер. Это добрый «пастор», который стремится никого не обидеть, ловко маневрируя высказываниями гостей, разъясняет зрителю суть и важность поставленной в передаче проблемы; не навязывая открыто свою позицию, он бережно как бы подводит аудиторию к нужной.

Таким образом, имидж приближается к ожиданиям аудитории. Важно уловить то, к чему аудитория чувствительна.

Ожидаемый образ представляет собой точку зрения аудитории на идеал, а образ реальный — соответствует имеющимся у объекта характеристикам с его сильными и слабыми сторонами.

В создании имиджа различают несколько подходов. Так, например, Г. Г. Почепцов выделяет три различных подхода к имиджу — *контекстный*, рассматривающий разные типы имиджей в контекстах их реализации, *сопоставительный*, при котором имеет место сравнение близких имиджей, и *функциональный* [40]. Функциональный подход позволяет выделить несколько возможных вариантов имиджа.

1. **Зеркальный.** Это имидж, свойственный нашему представлению о себе. Обычно этот вариант имиджа более положителен, ибо психологически мы всегда выдвигаем на первое место позитив. Поэтому его минус — минимальный учет мнения со стороны.
2. **Текущий.** Этот вариант имиджа характерен для взгляда со стороны. Именно в этой области находит свое применение PR, поскольку недостаточная информированность, непонимание и предубеждения формируют имидж в не меньшей степени, чем реальные поступки. Важной задачей здесь становится получение не столько благоприятного, сколько верного типа имиджа.
3. **Желаемый.** Этот тип имиджа отражает то, к чему мы стремимся. Он очень важен для новых структур, которые только создаются. О них еще никому ничего не известно, поэтому именно этот желаемый имидж и может выступать в виде единственно возможного [41]. Имидж — часть творческой биографии журналиста — включает то, как он выглядит, говорит, одевается и действует, его профессионализм, позы и язык тела, окружение и даже круг людей, с кем журналист просто поддерживает отношения. В наше время постоянных и интенсивных изменений у людей нет времени детально и глубоко узнать подробности о каждом человеке. Создаваемый визуальный имидж должен быть выстроен так, чтобы можно было вызвать однозначную реакцию на него.

Имидж телевизионного ведущего создается трудом профессионалов. Он задает лишь основные направления для того, чтобы с помощью воображения каждый человек домыслил образ.

Специфика имиджа ведущего определяется целью, задачами, жанром и формой передачи. Важна «публичная индивидуальность» коммуникатора. Американские ученые в 1980-х гг. предложили «харизматическую модель коммуникатора» и выделили три типа харизматической личности: герой, антигерой, мистическая личность. Для дневных и утренних передач подходят больше антигерой и герой, для вечерних — мистическая личность [42].

Герой — идеализированная личность. Он смел, агрессивен (ведущие передачи «Честный детектив»; Аркадий Мамонтов).

Другой пример — ведущие программы «Снимите это немедленно» Таша Строгая и Александра Вертинская.

Они демонстрируют фамильярный, жесткий тип поведения с претензией на истинность в последней инстанции. В этом изюминка передачи. Две всезнающие о женской привлекательности стервы ценой «собственных усилий» превращают гостью передачи из серой мышки в принцессу, снисходительно дарят счастливый билетик, позволяя ей немного приблизиться к уровню самих ведущих.

Антигерой — упоминаемый нами Тимур Кизяков («Пока все дома»), он не звезда, а обычный человек, который ходит в гости к знаменитым людям, пьет с ними чай и разговаривает по душам.

Журналистка Оксана Пушкина в телепередаче «Женский взгляд» использует другой тип общения и методику работы с партнерами. Она изначально делает ставку на популярность и известность своих героев. Ее задача — проникнуть в затаенные глубинки их жизни. Демонстрируется тип ведущей, который характеризуется как антигерой: я — такая же, как все мы, и аналогично рассказывается о персонажах, показывая их такими же простыми людьми.

Одна из существенных целей позиционирования образа — приближение не к социальным, а к биологическим стандартам. Лидер выступает в роли сильного и агрессивного. Портрет представляет собой результат диагностики статуса и потенциальных возможностей человека. Определяется тип лидерства и на его основе создается психологический портрет, содержательные характеристики которого приобретают логическое обоснование. Некогда сексолог Л. Щеглов вывел формулу эффективности имиджа: секс, агрессия и успех. По этой формуле создана целая «гирлянда» образов ведущих авторских программ (Д. Нагиев, Н. Пореченков и др.).

Имидж — средство достижения цели. Он во многом зависит от конкретного человека — его носителя. Однако основные задаваемые характеристики имиджа универсальны. К ним мы относим следующие.

- **Адекватность:** степень отличия прототипа от имиджа должна быть минимальная. Имидж должен быть правдоподобным.
- **Оригинальность:** имидж должен быть легко распознаваемым среди других.
- **Пластичность:** важным является постоянство имиджа, его узнаваемость во все новых ситуациях. Однако, оставаясь неизменным в восприятии потребителя, будучи легко распознаваемым, имидж должен оперативно откликаться на меняющиеся экономические, психологические, социальные условия.
- **Адресность:** имидж должен иметь точного адресата, привлекать определенные сегменты потребительских рынков.
- **Активность:** имидж должен быть способен воздействовать на эмоции, деятельность, поступки людей.
- **Ясность и конкретность:** это означает, что ожидаемые качества объектов должны быть продуманны и различимы.
- **Простота:** имидж должен быть проще объекта. Однако чрезмерная простота делает его нарицательным и банальным.
- **Заврешенность:** он должен восприниматься как нечто целое и готовое к употреблению [43].
- **Эстетика:** имидж призван облагородить впечатление.

Внутренние характеристики и личные качества журналиста позволяют ему претендовать на определенное профессиональное амплу. Имидж формируется в зависимости от типа мышления, способов реакции на воздействия, эмоциональной направленности и ценностных ориентаций журналиста. Ведущий — фигура, которая находится на перекрестке различных интересов, он должен обладать определенным набором качеств, которые поддерживают его положение. Набор признаков может работать на успех ведущего. Удачный или неудачный имидж способен повернуть карьеру журналиста. Несмотря на наличие большого количества творческих, выразительных средств, способов для воплощения самых невероятных проектов, успех у зрителей той или иной программы определяется психическими качествами ведущего, особенностями его личностями.

Андрей Малахов в передаче «Пять вечеров» иной, чем в передаче «Большая стирка». Здесь он типичный антигерой. С ним комфортно и интересно проводить время у экрана. Деловой костюм, серьезный взгляд, аккуратная прическа вместо яркой, эпатажной одежды и взъерошенных волос. Но не-

смотря на новое амплуа, манера коммуникатора вести передачу порой возвращает нас в атмосферу «Большой стирки». Сбивчивая, как бы захлебывающаяся речь ведущего с протяжными выразительными «э-э-э», его эмоциональная обаятельность отвлекают от серьезности. Хотя именно это, независимо от эфира, привлекает внимание зрителя своей непосредственностью.

Новый телесезон 2005 г. Андрей Малахов начал в качестве ведущего программы «Пусть говорят», которая отличается от двух предыдущих, И здесь Малахов себе не изменил: проблематика телепередачи все та же «настоящая», невыдуманная жизнь. Расчет на аудиторию точен: обывателя по-прежнему больше интересуют проблемы общества, чем беседы на отвлеченные философские темы. Особенно если это программа с налетом скандальности и с предложением к аудитории — «говорите и судите» сами. Малахов в новом проекте дает уверенность в том, что это правильно и даже необходимо. Но затрагивая спорные и, действительно, сложные темы, ведущий явно не справляется с поставленной задачей, оказываясь беспомощным перед собственными правилами прямого эфира — скандальной и неуправляемой стихией — пусть говорят!

Напротив, ведущий программы «Момент истины» Андрей Караулов, подчиняясь новым задачам, коренным образом изменил свой имидж.

Голос А. Караулова стал звучать мягче. Перед зрителями сегодня предстает человек, безупречно одетый — как лондонский денди: костюм, бабочка, аккуратная прическа. Интерьер студии также сменился — теперь А. Караулова окружают умные книги в золоченых переплетах и респектабельная обстановка. Свет от лампы рассеян и приглушен. Изменился и выбор гостей. Теперь все чаще — это люди искусства (А. Караулов вспомнил, что он по специальности — театральный критик). Во всем облике — значительность персоны и претензия на истину в последней инстанции. Его амплуа — «безупречный судья, пророк и душеспаситель, и спаситель России».

Изменение образа журналиста Александра Невзорова — некогда символа новой тележурналистики времен перестройки — происходит многократно. Вот как об этом пишет журналист Юрий Нерсесов:

Дольше прочих продержался на небесно-голубом экране питерского ТВ Александр Невзоров, который попал туда из питерской либеральной богемы... И как раз в это время привыкший наблюдать в ящике исключительно «говорящие головы» народ страстно возжелал пощекотать себе нервы чем-нибудь экстремальным. Репортажи о протухших свиных тушах

мясокомбината, расчлененных трупах и невиданной в советские времена экзотике мгновенно сделали невзоровские «600 секунд» любимой забавой петербуржцев. Когда же интерес к «чернухе» стал падать, Невзоров срочно сменил свой имидж и превратился в русского патриота. Бандитов и проституток в репортажах «Секунд» сильно потеснили богатые казаки и благостные батюшки. Сам же Невзоров, обрушив на зрителей серию ударных репортажей из окопов Приднестровья и казарм прибалтийских омовцев, превратился в любимца национал-коммунистической общественности, ранее клеймившей его сионистом и голубым... Довольно скоро Александр Глебович завязал с русским патриотизмом и превратился в типичного наемника от телевидения [44].

Бесконечно меняя свой имидж, подстраивая его под финансовый заказ или политическую конъюнктуру, журналист в конечном счете терпит фиаско. Всякий раз он утрачивает доверие целевой аудитории, а значит, теряет ее, так как выглядит в глазах аудитории беспринципной марионеткой.

Имидж человека публичного, каким является журналист, должен отвечать как минимум четырем критериям.

- **Компетентность** — мера способности источника знать правильный ответ на поставленный вопрос или владеть истинным положением вещей.
- **Надежность** — это мера отсутствия у источника предвзятости и необъективности в глазах аудитории. В реальной жизни бывает редко. Чаще источник или компетентен, но не надежен, либо надежен, но не компетентен.
- **Привлекательность.**
- **Убедительность** (умение воздействовать психологически на аудиторию).

Компонентами, определяющими привлекательность, считаются: а) подобие (сходство); б) известность (знакомство; известные люди более привлекательны и, следовательно, обеспечивают более эффективное убеждающее воздействие, чем незнакомые); в) симпатия (способность нравиться), прежде всего физическая привлекательность.

Медиакритик А. Братышев подметил современную тенденцию имиджмейкинга в сфере массовой коммуникации: «Пестрому сословию новых телезвезд недостает. Эффект мотыльковости — яркий взлет, вспышка, быстрое угасание. Из прайм-тайма передача переходит на более скромное место в программе, затем исчезает» [45]. Редкое исключение — ведущие, которые своим профессионализмом обеспечивают долголетие программы (Тимур Кизяков, «Пока все дома»;

Владимир Ворошилов, «Что, где, когда?»; Дмитрий Крылов «Непутевые заметки»).

Имидж — не обертка. Успех передачи обеспечивают, прежде всего, неповторимость личности, ее особый психологический склад, а потом уже — внешние данные и интерьер студии. Важно гибкое реагирование на изменяющуюся ситуацию, взвешенность заказов того или иного слоя общества, поиск золотой середины, компромисса интересов. «Идеологическими штампами и богатством убранства и наряда невозможно скрыть убогость личности ведущего. А с помощью буафории можно и личность превратить в куклу» [46]. А. Братышев уверен, что «идея программы должна формироваться в соответствии с образом ведущего, а не наоборот».

Процесс создания имиджа телеведущего имеет три составляющие:

- Постановка имиджа;
- Изучение зрительского заказа (изучение активности в данных общественных условиях);
- Оформление концепции телепередачи, которая согласуется с заданным имиджем.

Всему предшествует психодиагностика творческих задатков — определение профиля личности. Телеведущий выступает сразу в нескольких ипостасях — информатор, собеседник, артист, интервьюер. Он создает на экране персонифицированный, но не вымышленный образ (как актер), а воспроизводит самого себя.

Поведенческий рисунок является доминирующим при формировании в сознании аудитории имиджа конкретного журналиста. Московские социологи Л. Свитич и А. Ширяева измерили ряд *общепсихологических качеств*, необходимых журналисту:

- общую активность (уровень энергичности, предприимчивости);
- интеллектуальные способности;
- интроверсию-экстраверсию (степень социальной контактности);
- общительность (широту и интенсивность общения);
- впечатлительность;
- артистичность;
- ответственность (социальная зрелость, уважительное отношение к социальным нормам и этическим требованиям);
- независимость (самостоятельность, склонность к лидерству);
- тревожность (интегральная оценка психического состояния);



- невротизм (эмоционально-волевая неустойчивость, степень психического истощения) и некоторые другие.

Их исследование показывает, что особо важными для телеведущих является их способность к саморегуляции и эмоциональная стабильность, богатая ассоциативность, способность к перевоплощению и психологической эмпатии, наличие энергетически сложной психики, чувствительность, развитая интуиция, высокая степень внутренней свободы, экстравертированность и невротизм.

К сожалению, в современном телевидении имеются и негативные тенденции. На молодежном музыкальном ТВ делается ставка на внешнюю яркость ведущего. В анонсах программ, которые крутятся наравне с рекламой, вместо объяснения сути и достоинства передачи зачастую идет раскрутка ведущего, «лица продукта».

Безапелляционно констатируя факт привлекательности товара, выставляя емкие и яркие бренды в лице коммуникатора, телевидение не ищет целевую аудиторию, а приманивает. Происходит продажа стилей жизни, аукцион имиджей коммуникаторов.

### **3.4. Теледебаты и телешоу: момент истины или обман?**

Телерадиовещание сегодня — это составная часть индустрии развлечений, дополняющая своей продукцией соответствующий газетный и журнальный рынок и культивирующая ценности массовой культуры. В современном мире зрителю просто необходимо быть полноправным участником массового общения, он должен чувствовать свою причастность к процессу, поэтому телеэфир полон интерактивов, игровых передач, реалити-шоу, ток-шоу. Часто это открытый эфир, где активизируется роль зрителя: аудитория становится непосредственным участником программы (либо присутствует прямо в ней).

«Телевидение может рассчитывать на успех только в том случае, если оно опирается на диалог, прямые и обратные связи с аудиторией, на многообразие мнений и оценок, существующих в обществе» [47]. Спонтанность, импровизация обостряют эффект сопричастности, соучастия в беседе у зрителя или слушателя.

Снимая барьеры между зрителем и программой, интерактив помогает обсудить и конфликты, и историко-политическое событие, и романтическую историю. Чтобы обсуждение шло живо, выбирается острая проблема. Звоня в редакцию, респондент отмечает, что его

взгляд имеет сторонников. Этот процесс расширен тем, что особо интересные мнения звучат в эфире. Достигается сразу два эффекта: эмоциональный и эстетический — удовлетворение от психологической разрядки и радость от эстетического обогащения.

Сложна роль и у шоумена, который организует зрелищный диалог каждый раз с новой аудиторией. Коллективный поиск истины требует от журналиста эрудиции и такта. Поскольку передачи не сводятся к звучащей в них вербальной информации, здесь важны мимика, жесты, паузы, выражение глаз. Артистичность, пластичность, хорошая реакция — значимые компоненты ведущего ток-шоу.

Столичный класс московского ТВ репрезентирует, по мнению медиакритика А. Варганова, передача «Культурная революция» на РТР. По жанру она представляет собой телешоу. Ее отличие от других шоу — в обилии звездных участников. Общение в теледебатах провоцируется здесь проблемной ситуацией, необычностью и остротой обсуждаемых тем: «Без мата нет русского языка», «Шедевр может создать только мужчина», «Утечка мозгов полезна для России», «Русская литература умерла», «Секс — двигатель культуры», «Русский фашизм страшнее немецкого». В качестве игроков, например при обсуждении темы фашизма в России, были — известный политик Борис Немцов и политтехнолог Глеб Павловский.

Драматургия передачи предельно проста. Приглашаются два гостя, один из которых, согласно правилам игры, отстаивает правоту императивного заголовка, а другой, естественно, без особого труда разыгрывает явно игровую «подставку» [48]. Хотя публицистическая концовка уже готова, зрители с удовольствием погружаются в магию теледейства — интеллектуальные поединки звезд.

Автор и ведущий Михаил Швыдкой (экс-министр культуры РФ) предлагает обсудить рискованную тему: можно ли жить в России по закону или страна обречена жить по старинке, т. е. «по душе»? Сам Швыдкой неожиданно для себя роль — «внезаконника» с неортодоксальной позицией и в союзники приглашает писателя Даниила Конецкого. Зато и оппонента подбирает себе неожиданного — бывшую телезвезду из «знатоков» и нынешнего юриста державного уровня Михаила Барщевского. Отточенный рационализм и блистательная компетентность последнего берут верх, на что автор, собственно говоря, и рассчитывал.

Отличная сценография, характерность типов и раскрепощенность всех участников ток-шоу, наконец — общегосударственная значимость

проблемы, прекрасный ведущий — налицо все составляющие идеальной, поистине столичной телепродукции [49].

Эффективность прямого эфира давно поняли на Западе, и многие зарубежные журналисты сделали свою карьеру на всевозможных ток-шоу. Манера ведения такой передачи предполагает легкость разговора и артистизм ведущего [50], обязательное присутствие аудитории и экспертов, что создает драматургию передачи и обеспечивает театральный эффект.

Медиакритики считают, что успех передачи зависит от нескольких критериев-факторов:

- продолжительности передачи;
- соответствия заявленной темы и результатов прямого эфира;
- гостей студии;
- наличия аудитории;
- умения принимать в течение 20 минут звонки от зрителей;
- аудитории (обывателей) и специалистов (экспертов), уравновешивающих друг друга.

Хозяин студии — ведущий несет полную ответственность за порядочность и честность говорящих.

Президент Академии российского телевидения Владимир Познер — король прямого эфира, автор программ «Мы», «Мы и время», «Человек в маске», «Весьма важная персона», свою нынешнюю передачу «Времена» делает по классическим канонам.

Динамику его телепрограмме придают вкрапленные сюжеты, элементы новостной и аналитической журналистики, обзор событий за прошедшую неделю. Профессионал поражает широтой возможностей ведущего — эрудиция, такт, проникновенность, доброжелательность в сочетании с сильной волей и ясным пониманием цели создают атмосферу напряженного диалога, коллективного искания истины. Можно утверждать, что его передачи оказывают мощное духовное воздействие на телезрителей [51].

«Времена» сочетают два вида общения — формально-ролевое и деловое. В передаче важен не только содержательный материал, являющийся предметом обсуждения (например, положение в Чечне), но и выражения лиц, позы, паузы.

К сожалению, мало таких передач, где зритель ощущает сочувственное, внимательное отношение к собеседнику. Зритель не может не видеть засилья «говорящих голов», телеведущих с низким образовательным уровнем практически на всех телеканалах. Недавний опрос

журналистов показал, что на телевидении недостает профессионализма, ума, личностных начал, смысла и вкуса [52].

Рейтинговые программы на современном ТВ — это мелодрамы, своеобразный «новый жанр», предлагающий типичную схему развития действия и утешительную форму разрешения конфликта, противоборства добра и зла («Пусть говорят!», «Моя семья», «Женский взгляд», «Кумиры» и др.) [53].

Зарубежные аналоги, программы «За стеклом», «Слабое звено», «Фактор страха» привнесли дух соперничества, конкурентности, выживаемости любой ценой, т. е. то, что ранее очень плохо согласовывалось с российским менталитетом. Новые кальки, передачи «Окна», «Большой куш», «Суд идет» строятся на инсценировках (в телевизионном шоу играют подставные лица, которых неискушенный зритель и студийная аудитория принимают за настоящих героев). Инсценированные истории погружают зрителей в толщу кошмара обывательской физиологии. Эти передачи — своеобразное проявление коммуналного комплекса [54]. Автор и ведущий здесь максимально раскован, иногда до развязности. Подчиняясь закону жанра, он часто выходит за пределы этики, выспрашивая об интимных подробностях, пытаясь показать человека в неприглядном виде. Задача — распалить страсти, развернуть битву вокруг бытовой проблемы, эпатировать публику непредсказуемостью ситуации и ее оригинальным решением.

Средством активизации зрителя являются такие формы работы с ним, как беседа, дебаты, дискуссии и полемика.

В **беседе** автор общается не с живой аудиторией, а невидимым собеседником, реакцию зрителя можно только предполагать. Иное дело все виды дискуссий. На телевидении они проводятся с целью показать разные точки зрения на проблему, дать возможность участникам защитить свою точку зрения, опровергнуть противоположное мнение оппонента, утвердить собственную позицию.

Дискуссия, дебаты, полемика — это разные по направленности типы споров. **Полемика** — это подлинный спор, предполагающий утверждение мысли неоспоримыми доказательствами. **Дебаты** — прения или спор, у которых могут быть разные цели — выяснить истину, убедить кого-либо изменить точку зрения, проверить жизнеспособность идеи, обоснованность решений. Дебаты возможны только между компетентными людьми. Спор ради истины приобретает особую красоту, способен доставить непередаваемое наслаждение. И даже отступление не оставляет ощущения поражения.

Иногда в споре для оппонентов важна оценка окружающих и то впечатление, какое они оставляют о себе у зрителей. Они добиваются признания аудитории, одобрения своих интеллектуальных способностей. Это спор ради спора, в котором блеснуть эрудицией важнее, чем достичь истины.

**Дискуссии** в реальности имеют несколько видов. В первом случае дискуссия нацелена на поиск истины (*ad red*). У участников спора есть какая-то общая цель, в осуществлении которой каждый заинтересован, но не согласен со способом ее достижения. В этом случае возможен компромисс, а сам вид дискуссии продуктивен.

Во втором случае дискуссия — это спор по поводу какого-то события или факта. Факты можно принимать, но без комментариев. Трактовка у всевозможных фактов разная (как у споров в суде). Споры о справедливости бессмысленны, так как справедливость существует только та, которая определена законами социума. Это спор по факту (*ad rem*).

В третьем случае — это спор с целью убедить в чем-то слушателей и заставить принять определенную точку зрения (*ad hominem* — на толпу, на человека). Истина в таком споре не может родиться. Но доказать в таком споре можно все что угодно. Выбор оптимального решения невозможен, бесполезен и бесконечен.

Многое зависит от того, какой вид борьбы избирается в споре — с целью победить, или сорвать противодействие, или не дать победить противнику, пусть и не победить самому. Большинство дискуссий на телевидении имеют игровую основу и «направлены на толпу».

Во всех видах дискуссий журналист играет роль модератора, человека, который предоставляет слово, следит за последовательностью, контролирует настрой участников и создает атмосферу заинтересованности.

Коммуникативно-речевые умения радио- или тележурналиста реализуются в разных ситуациях — в условиях политических теледебатов или игровой телепрограмме, где предусмотрены споры. Исход дела, т. е. то, как будут реализованы коммуникативные намерения, зависит от тщательности подготовки (уметь видеть собеседника, анализировать особенности его личности, вырабатывать стратегии). Вряд ли можно полагаться только на экспромт. Имея природные склонности к взаимодействию с разными людьми, способность к самооценке, развитую интуицию и навыки, журналист легко «собирает в концерт» публику, которой управляет как дирижер оркестром. В его ведении: интервьюируемый, гости передачи в студии, внестудийные

собеседники на территории, где ведется съемка [55], он предоставляет открытую трибуну не только физически присутствующим участникам, но и «виртуалам» — посредством предварительно взятых видеointервью.

«При полифонировании телевизионных дискуссий следует избавляться от “звездности” ведущего, — считает В. Г. Яценко. — Он не должен доминировать в диалоге. Его точка зрения имеет право быть выраженной так же, как и точка зрения других участников программы. Он ведет, формирует программу установленным стилистическим образом, не навязывая при этом своего видения проблемы. Он постоянно генерирует ситуации, акцентирует внимание участников на полифонии, на точках пересечения различных идей и идеологий. Для этого ведущий-модератор должен обладать определенным «избытком видения». Если следовать этой рекомендации, то и героя телевизионной дискуссии нужно выбирать тщательно, чтобы он был «бескорыстным носителем идеи», идеалистом, не просто исповедующим некую идеологию, но и идущим на жертвы ради ее воплощения» [56]. Но телевидение требует ярких персонажей с оригинальным мышлением и поведением, в противном случае теряется зрелищность. Можно быть и честным и скучным одновременно. «Букет» личностей создает зрелищность.

Модератор, между тем, — это «тот, кто оставил свое мнение за порогом студии, но остался живым, энергичным, интересным распорядителем дебатов» [57].

«Какой бы служебной ни казалась роль модератора, одно лишь присутствие известного журналиста может менять сам характер передачи, как для собеседников, так и для зрителей» [58].

В одном из интервью Аркадий Райкин говорил о человеке, выступающем по телевидению, что он должен иметь запас спокойствия. Он должен чувствовать и понимать, что ему доверяют. Иначе это страшно сковывает. Когда до передачи перед тобой машут пальцем и говорят: ты смотри, сукин сын, не скажи там что-нибудь лишнее... Даже не надо присутствовать в студии, а просто у себя в комнате, сидя перед телевизором, чувствуешь: этот человек вышел накачанный определенным образом и никуда, ни вправо, ни влево не может отвлечься и высказать свою точку зрения [59].

В телевизионных дебатах победа на публике приносит большое удовольствие, тешит самолюбие тех, кто в них участвует. Однако разные температуры, многоголосица мнений, которые нужно направить в определенное

русло, чтобы беседа не выходила за берега и имела четкие очертания, требуют от ведущего сосредоточенности.

Принимать участие в теледебатах, очевидно, нужно только тем, кто умеет работать на камеру, владеет речью, может говорить кратко, емко, ярко. В споре журналист может выбрать роль адепта.

Журналист умещает максимальное количество слов в минуту времени, осуществляет напор на аудиторию, обладает мгновенной реакцией, предлагает отшлифованные формулировки, подготавливает ответы на прогнозируемые обвинения (так, например, работала С. Сорокина в передаче «Основной инстинкт...»).

В нарушение правил игры журналист порой увлекается, заражается эмоционально от партнеров и неосознанно начинает выступать активным участником спора, как это обычно бывало на передачах В. Соловьева «К барьеру!». Атмосфера азарта и напряженности заставляла его брать сторону одного из участников спора, проявлять напористость в отношении другого. Ведущий переставал задавать вопросы и начинал упорно навязывать аудитории свое мнение (что вовсе не было предусмотрено правилами передачи).

Споры стихийные и неорганизованные определяются позицией игры. Если есть потребность эпатировать публику, ведущий инициирует игровые отношения, вовлекая в процесс общения, при этом использует провокацию как средство активизации аудитории. В ситуации подобного типа всегда есть элемент активного несогласия, протеста против неправильного поведения собеседника с точки зрения одного из участников общения... Это влечет за собой вербальную агрессию, провоцирующую, вызывающую коммуникативный конфликт [60]. Ведущий тонко подстрекает к каким-либо действиям, интригует, намекает, пробуждает интерес, используя эмоционально-психологическое заражение, управляет аудиторией. Меняя смысловое поле, он формирует общий настрой. Провоцирование предполагает не просто иерархию мотивов высказывания, но имеет явные и скрытые мотивы и намерения.

Журналист свободен в выборе методов активизации аудитории, если она не предопределена этикетной ситуацией. Тактичный журналист может «не заметить» неловкость, обойти нескромный вопрос.

Дискуссии «обречены» на успех, если ведущий обладает такими качествами, как высокий интеллект, открытое сердце, богатая образная речь, обширные познания, тонкий юмор. Однако нужно помнить, что в подсознании человека могут быть запрятаны агрессивные жела-

ния. Ненароком можно вызвать такие чувства, как ревность, злость, желание унижить или причинить боль.

Ирония в дебатах со стороны ведущего допустима, если это проявление оптимизма, а не цинизма. Юмор делает общение легким и непринужденным, дает начало взаимопониманию и партнерству. Полезно смеяться над собой. Объектом шутки лучше выбирать не своих собеседников, а третьих лиц, нейтральную ситуацию или внешние обстоятельства. Так легче относиться к чудачествам и капризам людей. Особую тактику нужно использовать с циниками — относиться к ним с молчаливым пониманием и равнодушием.

Телеобщение — часть журналистского творчества, которому присущи креативность, творческое отношение к миру, создание и пересоздание, творческая самостоятельность, раскованность, иногда доходящая, по замечанию Л. Г. Свитич, «до творческого произвола» [61]. Однако этот «творческий произвол» не должен оскорблять присутствующих в студии.

Основа общения журналиста со студийной аудиторией — эмпатия, проявляющаяся в прямых обращениях: *«вы заметили, что...»*, *«помните, как...»*, *«давайте подумаем вместе»*. В своих комментариях журналист ссылается на мнения других людей, что не исключает и собственной авторской позиции. В. Познер как профессионал никогда не заслоняет явно фигуры говорящих — участников передачи, не выпячивает демонстративно свою персону на первый план. Однако и профессионалы такого уровня — не всегда идеальные ведущие.

Участники фокус-группы (студенты факультетов журналистики Санкт-Петербургского и Якутского государственных университетов), изучавшие профессиональные приемы ведения беседы с помощью стоп-кадра, отметили положительные качества в работе В. Познера:

- остроумие;
- обаяние;
- интеллигентность;
- хорошая дикция;
- умеет слушать и услышать то, что ему нужно;
- тактичность;
- профессионализм;
- увлеченность;
- умение пользоваться ораторскими приемами.

Однако при пристальном внимании к работе популярного ведущего программы «Времена» (ОРТ) были замечены недостатки: частое выра-



жение собственного «Я»; манера держаться за подбородок; неформальный стиль в одежде; во время беседы слишком пристально смотрит на собеседника; говорит с некоторой растяжкой, затянувшейся паузой; очки на кончике носа; оказывает давление на аудиторию; размеренная жестикуляция.

Сравнив аналогичную работу в студии ведущего программы «Зеркало» (РТР) Н. Сванидзе, участники фокус-группы в ряду положительных качеств назвали:

- обаяние;
- стильную одежду;
- профессионализм;
- стиль непринужденной беседы;
- умение склонить к открытому диалогу;
- доказательность утверждений и выводов.

Вместе с тем отмечали и недостатки Н. Сванидзе как ведущего телепрограммы: может перебивать гостя; слишком быстрая речь; неожиданные и неприятные для гостя вопросы; отсутствие чувства юмора; чтение с листа; чрезмерная жестикуляция; излишняя эмоциональность; неумение организовать (оживить) студию: в ней нет ничего, кроме табличек с Ф. И. О. участников программы.

Передачи, пользующиеся успехом, клонируются на многих телеканалах. Лишь внешнее копирование «клонами» стиля ведущих этих программ обесценивает их назначение — «поучать, развлекая». Скопированные телепрограммы имеют агрессивную динамику, навязывают безумный темп, предлагают мозаику клиповости и часто «исключают всякую возможность отстраненного рефлексивного взгляда, всякую критическую дистанцию» [62].

Такую ситуацию один из американских телекритиков называет «тиранией настоящего времени». В данном контексте вопрос об истине излагаемого бесполезен, у зрителя не остается времени обдумать увиденное — ведь он смотрит «документальное» кино в эфире.

Рассуждая о критериях профессионализма ведущего, специалист в области телевидения Г. В. Кузнецов говорит о новых качествах, приобретаемых ведущим. Это уже не искрометный шоумен, а гибкий модератор, умеющий вовремя предоставить слово для ответа, если гостя в чем-то обвиняют. Если гость отмалчивается — напомнить ему о вопросе и добиваться ответа [63].

«Сценарная разработка “разговорного представления” — некое русло, приготовленное для того, чтобы точно направить поток мыслей

приглашенных людей, обозначить постановку проблемы и линию поведения человека, продумать возможные выводы. Чем серьезнее тема, тем труднее обеспечить легкость, эффективность, да и логическое развитие действия».

Есть еще и то, что скрыто от глаз телезрителей, — работа режиссера, звукооператора, оператора. Журналист должен уметь объяснить свой замысел всем участникам дискуссии.

**Выводы.** Журналистское мастерство во многом определяется авторитетом и влиянием телеканала. Потенциальные возможности СМИ определяются позицией и возможностями журналиста. Телевидение нуждается в специалистах высокого класса. Мастерство связано с творческими, профессиональными и личностными возможностями журналистов, устойчивыми привычками к определенным приемам и способам работы с людьми. Творческий процесс развивается на основе единства психологического и социального, вопрос индивидуального мастерства во многом субъективен и специфичен. Методы работы определяются рядом условий, в числе которых и обстоятельства времени, и социальная среда, и психология потенциальных зрителей, и личностный настрой журналиста.

Современный слушатель и зритель требует драматургии мысли, а не только презентации образов. Задача журналиста — увлечь и завлечь. Ведущий телевизионной передачи должен уметь импровизировать и быть артистичным, обаятельным, обладающим быстрой реакцией, находчивостью; быть искренним, но в то же время уверенным в себе. Экранное действие должно быть максимально приближено к зрителю.

Поведение человека в кадре должно быть не столько внешне красиво, сколько внутренне оправдано. Предвзятое негативное отношение к партнеру является затрудняющим фактором. Громкая речь, наглое поведение, отсутствующее лицо, невключенность, излишняя настойчивость, неумение вызвать положительные мотивации у партнера вызывают неприязнь у аудитории.

Проявляйте больше профессионализма, ума, личностных начал, вкуса, не забывайте о чувстве меры, наполняйте эфир новыми смыслами — и зрительские симпатии вам обеспечены.

Имидж требует целенаправленной работы. Спрос рождает предложение. Это инструмент общения с массовым сознанием. Восприятие любого общения, в том числе и в массовой коммуникации, опосредуется восприятием личности коммуникатора. Отрицательное

отношение к коммуникатору может неблагоприятно отразиться на восприятии сообщения.

Манипуляция аудиторией — малопродуктивная практика. Талант неординарных личностей — ведущих телепрограмм нужно использовать для влияния на общественную ситуацию.

В теледебатах нельзя упускать инициативу в управлении аудиторией и непредсказуемыми выходками гостей. В любой ситуации — спасение в проявлении корректности. Здесь уместна заповедь журналиста «Би-Би-Си» А. Остальского: «Роль Бога, судьбы для журналиста и общества очень опасна. Мы как раз и пытаемся себя оградить, помня: “моя позиция” не означает “правильная”. Концепция объективизма необходима — это, наверное, все-таки меньшее зло, чем насаждение чьей-либо или своей правды» [64].

### Примечания к разделу 3

1. *Миргородская П. А.* Особенности типологии стилей речевого общения на отечественном телевидении М., 2000. С. 4.
2. *Барабаш Н. С.* Ведущий информационно-музыкальной радиостанции: Становление профессии, специфика и методы работы. М., 2002.
3. *Барабаш Н. С.* Там же. С. 21.
4. *Сенкевич М. П.* Культура радио и ТВ-речи. М., 1997. С. 32.
5. *Васильева Т. В., Осинский В. Г., Петров Г. Н.* Радиотелевизионная журналистика в системе профессиональных координат. Ч. 2. Учебное пособие. СПб, 2003. С. 41.
6. *Матизен В.* Портрет ведущего на фоне жанра. М., 1996. С. 121–124.
7. Там же.
8. *Аникеева Т. Я.* Личные особенности телекоммуниканта. М., 2000. С. 123.
9. *Борецкий Р. И.* Осторожно: телевидение. М., 2002. С. 32–33.
10. *Поздняков Н. К.* Информационная телепередача. М., 1997. С. 28.
11. Там же. С. 28.
12. Там же.
13. *Богомолова Н. Н.* Социальная психология печати, радио, телевидения. М., 1991. С. 121.
14. *Саптак В. С.* Телевидение и мы. М., 1988. С. 117.
15. *Поздняков Н. К.* Информационная телепередача. М., 1997. С. 28.

16. *Гаймакова Б. Д., Макарова С. К., Сенкевич М. П.* Мастерство эфирного выступления: Учебное пособие. М., 1996.
17. *Лазарева Э.* Речь журналиста на телевидении: Учебное пособие. Екатеринбург, 2000. С. 82.
18. *Лазарева Э. С.* Речь телеведущего. Екатеринбург, 2000.
19. *Миргородская А. Л.* Особенности и типология стилей речевого общения на отечественном телевидении. М., 2002.
20. *Муратов С. А.* Диалог. М., 1983. С. 9.
21. *Копылова Р. Д.* Контакт: заметки о феномене телевизионности. М., 1974. С. 640–677.
22. *Никулина Г. Ю.* Экзамен перед зеркалом: В. Познер отвечает на вопросы журналиста. М., 1994. С. 13.
23. *Крымова Н. В.* В чем секрет Андронникова // Телевидение вчера, сегодня, завтра. Вып. 1. М. С. 17.
24. *Кузнецов Г. В.* Личность в кадре. 70-е — монологи, откровения, документирование, портреты (выпускники ВГИКа на телевидении). М., 1993. С. 16.
25. *Васильева Т. В., Осинский В. Г., Петров Г. Н.* Радиотелевизионная журналистика в системе профессиональных координат. Ч. 2: Учебное пособие. — СПб., 2003. С. 17.
26. Время авторской журналистики // Журналист. 2002. № 5. С. 38.
27. Там же. С. 39.
28. *Свитич Л. Г.* Указ. соч. С. 87.
29. *Крысин Л. П.* Владение языком: лингвистический и социокультурный аспекты // Язык — культура — этнос. М., 1994.
30. *Ширяев Е. Н.* Современные теории и концепции культуры речи // Культура русской речи: Учеб. для вузов. М., 2000. С. 13.
31. *Ратингер М. А.* Режиссура документального экрана. М., 1994.
32. *Вартанов А. Н., Владимирский Ю. И.* Диалог о комментаторе. М., 1986. С. 22.
33. Социальные технологии: Толковый словарь / Отв. ред. В. Н. Иванов. М.: Белгород, 1995. С. 309.
34. *Почепцов Г. Г.* Имиджеология. М., 2000. С. 60.
35. The image Factor: A guide to effective self-presentation for enhancement. London, 1994. P. 13.
36. *Гуревич П. С.* Приключения имиджа. М., 1991. С. 6.

37. *Кузин В. И.* Психологическая культура журналиста. СПб., 1998. С. 115.
38. *Почепцов Г. Г.* Указ. соч. С. 36.
39. *Кудан Т. А.* Культура делового общения. М., 1997. С. 52.
40. *Почепцов Г. Г.* Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента. Киев, 1997. С. 5.
41. *Jefkins F.* Public Relations. London, 1992.
42. *Галушенко Р. И.* Западное ТВ и «массовая культура». М., 1991. С. 128.
43. Имидж организации // КОРИНФ. 1995. № 5. С. 6.
44. Миллиард секунд. Питерское телевидение. Взгляд в прошлое // Вслух о.гу2003. № 8. Август.
45. *Братышев А.* Имиджеология. М., 1999. С. 35.
46. Там же. С. 53.
47. Говорит и показывает кафедра РТ. Сборник материалов / Под ред. В. Г. Осинского, Г. Н. Петрова. СПб., 1997. С. 113.
48. *Вартанов А.* Министром можешь ты не быть, но шоуменом быть обязан // Журналист. 2002. № 11. С. 80–81.
49. Там же.
50. *Добролюбова Л. Н.* Мы выбираем «Времена» // Аргументы и факты. 2001. № 11.
51. *Никулина Т. Ю.* Экзамен перед зеркалом: В. Познер отвечает на вопросы журналиста. М., 1994.
52. *Рутковский А.* Четыре шага по краю ТВ // Телефорум. 2002. Июль-август. С. 6.
53. *Петров Г. Н.* // 300 лет российской журналистики: Материалы научно-практической конференции 11 декабря 2002 / Под ред. Г. В. Жиркова. СПб., 2003. С. 31.
54. *Почкай Е. П.* Коммунальный комплекс на телевидении. Материалы научно-практической конференции 11 декабря 2002 / Под ред. Г. В. Жиркова. СПб.: Роза мира, 2003. С. 109.
55. *Андреев А. А.* Теледебаты: момент истины или манипулирование общественным мнением? // Вестник Моск. ун-та. Сер. № 10, Журналистика. 2002. № 1. С. 98–108.
56. *Яценко В. Г.* Теория и практика: диалог общества с молодыми леворадикальными организациями на телевидении. М., 2002. С. 10.
57. *Кузнецов Г.* Президентские дебаты: репетиция // Профессия — журналист. 2000. № 1. С. 24.

58. *Ильченко С. Н., Познин В. Ф., Почкай Е. П.* Технология СМИ (творческие профессии на телевидении на радио): Учебное пособие для студентов факультета журналистики. СПб., 2003. С. 8.
59. *Кузнецов Г.* Аркадий Райкин: Настоящий журналист должен идти впереди своего времени // Журналист. 2002. № 4. С. 82.
60. *Степанов В. Н.* Провокативный дискурс социально-культурной коммуникации. СПб., 2003. С. 40.
61. *Свитич Л. Г.* Феномен журнализма. М., 2000. С. 213.
62. *Вирильо П.* Тирания настоящего времени // Мир кино. 2000. № 2. С. 18–21.
63. Журналистика: критерии профессионализма. М., 2002. С. 82–83.
64. «Би-Би-Си»: свобода слова по-английски // Журналист. № 1. С. 17.

## Раздел 4

---

---

# Журналисты о своих удачах и ошибках

---

---

В этом разделе книги мы познакомим вас с сюжетами, рассказанными профессиональными журналистами специально для вас, делающих первые шаги в профессию. На тернистом пути в журналистику у каждого из них случались свои истории, нестандартные ситуации, когда приходилось выкручиваться, быть находчивым, применять к собеседнику «спецприемы». В психологии, если вы помните, это называется «разрыв шаблона». Увы! Не всегда успех сопутствовал журналистам. О своем горьком опыте и победах они рассказывают честно и откровенно.

Все истории поучительны: в одной, например, выражена не только драматургия отношений с героями, но и ирония над самим собой и своими промашками, в другой — содержатся приемы мастерства журналиста, помогающие ему в непростых ситуациях не только выбрать верный тон общения, разговорить собеседника, но даже сделать его в дальнейшем своим другом.

Истории мы предваряем краткой презентацией журналистов и сопровождаем их фотографиями, на которых они запечатлены со своими героями или во время работы. Все они — и молодые, и маститые — мои друзья и коллеги по творческому цеху. В их творческой биографии, принципах профессиональной работы — характерные черты современной журналистики. Отнеситесь к их советам с вниманием!

### 4.1. «Сухой остаток» беззаветного служения газете

**Корконосенко Наталья Федоровна** пришла на факультет журналистики Ленинградского госуниверситета из газеты и вот уже 30 лет занимается исключительно любимым ремеслом. Работала корреспондентом «Смены»,

«Ленинградской правды», редактором журнала «Ленинградская панорама», собкором газет «Трибуна», «Версты». Сейчас она — собственный корреспондент еженедельника «Россия» по Санкт-Петербургу и Северо-Западу.

Собкор — «универсальный солдат» СМИ. Сегодня он встречается с директором сланцевских шахт для беседы о перспективах сланцедобычи в России, а завтра пишет рецензию на спектакль Валерия Фокина в обновленной Александринке. Точному и тонкому перу Н. Корконосенко доступно и то и другое; еще в студенческие времена было ясно, что из нее получится стопроцентный газетный аналитик. Это мнение профессора Льва Варустина, который в свое время был руководителем ее творческой дипломной работы, других авторитетных коллег по журналистскому цеху. Наверное, поэтому у Н. Корконосенко никогда не возникало особых проблем в поисках контакта со своими героями. Дружба со многими из них уже за пределами ремесла — вот «сухой остаток» беззаветного служения газете.

### **Александр Володин: «На вашей планете я не проживаю...»**

Он действительно был среди нас как бы инопланетянином, заброшенным с какого-нибудь неучтенного даже Сент-Экзюпери «астероида № 427». Однажды на Невском его встретил коллега: живой классик шел навстречу «с наполовину выбритым лицом». «Ты что, Саша, так?..». — «А, ты вон про что... Да, понимаешь, позвонили, отвлекли — ничего страшного, не возвращаться же теперь на Большую Пушкинскую...»

Легенды о драматурге Александре Володине шли впереди него, и он, так не любивший слово «богема», поддерживал сложившуюся репутацию питерской артистической среды своими экстравагантными, подчас по-детски несуразными выходками. Что, между прочим, непроизвольно устанавливало дистанцию между ним, «небжителем», и нами, такими предсказуемыми в своей обыкновенности. Может, это одна из причин, по которой я, так прочно и сразу вошедшая в контакт с его героями, стихами и личностью «резонансного» для меня автора, писавшая про его драматургию, никогда не предпринимала попыток встретиться с ним очно. К тому же к концу жизни Володин не отказывался от сотрудничества разве что с журналистами «Общей газеты».



По счастью, жизнь сама распорядилась за нас. И как вопиюще несправедливо, что случилось это всего за два года до ухода из жизни Александра Моисеевича.

...Моя московская редакция поручила мне организовать творческую встречу в Доме журналиста коллектива газеты с читателями и «творческой интеллигенцией». В список последней входил и Володин, но его я собиралась пригласить устно, по телефону, а в театры и музеи рассылала факсы. И, представьте, ошиблась строчкой в моем телефоннике, вместо звонка ректору госуниверситета Л. А. Вербицкой случайно набрала номер Володина:

— Примите, пожалуйста, факс!..

— Да-да, конечно, если вам угодно — принимаю, — ответил слегка обескураженный неожиданным предложением абонент на другом конце провода (в доме знаменитого драматурга сроду не было факса и прочей современной оргтехники). И тут же неуверенно переспросил стоявшую, видимо, рядом жену: «Фрида, но ведь у нас с тобой нет никакого факса...».

Когда недоразумение прояснилось, Александр Моисеевич устроил мне настоящий допрос с пристрастием: кто я, в какой газете работаю, и не нас ли познакомили где-то с месяцем назад на концерте Лены Камбуровой?.. Получив утвердительный ответ, буркнул: «Так бы сразу и сказала, на концерты Камбуровой кто попало не ходит. Ты красивая, я запомнил (возражать я не стала, поскольку вполне представляла «неметрическую» систему мер драматурга в этом вопросе — *Н. К.*). Приду. Во сколько? Ну в 16 так в 16».

Дом журналиста был полон, но ни в 16, ни в 17 Александра Моисеевича не было. Он появился к 18, аккурат к началу банкета. Сильно огорчился, что опоздал на два часа: «Понимаешь, ты мне сказала 16, я решил, что это шесть часов вечера. Ну извини. Придется срочно выпить брудершафт!»

Мы выпили на брудершафт, и хотя я продолжала называть его на «вы», дружба наша стала крепнуть день ото дня. С пользой для газеты, естественно. Я стала бывать у Володиных дома, и все наши «пять вечеров» были записаны потом (как и долгие беседы по телефону) в «бортовой журнал собкора». Были опубликованы беседа с драматургом и статья о нем. Последний звонок по телефону: «Дело мое к концу. Я перестал любить женщин». Из записей этих и сложился мой последний материал о драматурге Александре Володине. Он так и назывался: «Прямая речь».



Брудершафт корреспондентки Н. Ф. Корконосенко с А. М. Володиным



Наталья Федоровна Корконосенко — собственный корреспондент газеты «Россия» по Санкт-Петербургу и Северо-Западу

## 4.2. Советы «опытного волка»

**Олешко Владимир Федорович** — доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати Уральского государственного университета им. А. М. Горького. В практической журналистике с 1972 г. Писать приходилось о людях «простых» профессий и крупных предпринимателях, например о тех, кто занимается гостиничным бизнесом в Италии (на фото журналист в Риме); лауреат премий Свердловского областного творческого союза журналистов (1990) и Союза журналистов России (1995) за лучшие журналистские публикации года; член Союза журналистов России с 1982 года (г. Екатеринбург); автор многих книг по журналистике. Это счастливый человек, умеющий сочетать не только приятное себе с полезным обществу, но и только что увиденное с пережитым когда-то и по-настоящему прочувствованным. Советы «опытного волка» в журналистике не должны пройти бесследно для начинающего журналиста.

## Где и как найти героя

На страницах наших газет удивительно «малоллюдно». Там, образно говоря, или представлены застывшие «бюсты» и «памятники» официальных лиц страны, области, города, руководителей различных уровней, или поток «завсегдатаев» печатных страниц, а зачастую и толпа безликих или неизвестно по какому принципу отобранных отечественных и зарубежных поп-див и бесполох молодых людей.

Кто-нибудь возразит: а где найти этих неизвестных большинству читателей настоящих героев будущих публикаций? Я провел небольшой эксперимент. Во время проведения семинара в Тюменской области в первом же попавшемся на глаза номере газеты «Сургут-Регион» просто-напросто внимательно прочитал две полосы объявлений. Вот результат: «продам серебряные монеты, монеты СССР» — наверняка можно сделать зарисовку о коллекционере; «выполню контрольные работы» — тема для проблемного материала о бедствующих педагогах или, напротив, о студентах, зарабатывающих деньги интеллектом; «отзовись, добрый человек, который сможет материально помочь молодой интересной женщине» — можно попытаться сделать портрет аферистки, а может, заблудшей или дошедшей до отчаяния женщины; «подружусь с приличным мужчиной» — тема одиночества.

Кстати, в последнем случае коллег-сургутян уже опередили. Один из неженатых магнитогорских журналистов дал в своей газете объявление: «Молодой человек принимает поздравления с днем рождения (он не шутил!) по такому-то телефону». Позвонило более двухсот девушек и женщин. Лишь пятеро откровенно хамили. Трое откровенно предлагали интим. Человек пять были откровенными... Ну, в общем, пациентами известных клиник. Остальные находили добрые слова, были бескорыстны в том, чтобы творить добро. Несколько из них согласились потом встретиться с ним как журналистом и рассказать нечто исповедальное о себе. Итогом стал блестящий публицистический материал на тему человеческого одиночества, добра и зла в отношениях мужчин и женщин, предательства, верности. Судьба героиня стала близка читателям, а журналист на областном конкурсе получил заслуженное признание коллег.

Как бы то ни было, за десятилетие журналистской вседозволенности народ устал, как выразился один мой американский коллега, от «специфически отобранных фактов». А также от разоблачений, дутых скандалов и чернухи, что обрушились на него через СМИ. Сейчас та газета, которая не обратилась к «человеческому фактору», к «удиви-

тельному рядом» теряет читателей. Те же издания, что вовремя почувствовали новые тенденции, выиграли вдвойне — и в «тиражном», и в «творческом» аспектах. Нужно только учиться получать подобный эксклюзивный фактологический материал.

### **Свои ошибки учат лучше**

Несколько лет назад я писал очерк для журнала «Уральский следопыт» о войне, находившемся в отпуске и убившем в состоянии аффекта человека. Так долго добивался встречи со своим героем, затратил на это столько сил и энергии, что, когда все решилось буквально в полчаса и за спиной уже шелкнул замок двери КПП колонии, вдруг отчетливо понял: я ведь совершенно не подготовился к разговору. Мои тогдашние ошибки хоть в учебное пособие вноси, как не должно делать журналисту в этом специфическом учреждении.

Во-первых, привел меня в барак офицер внутренней службы, отвечающий за оперативную работу, что, конечно же, сразу же насторожило Бориса — героя будущего очерка. Во-вторых, на виду у всех поговорил, точнее, обстоятельно отвечал на какие-то несущественные вопросы подскочившего мужичишки в мятом бушлате (он, как потом выяснилось, был из группы так называемых «опущенных»), а потом сразу подошел к Борису. В-третьих, начал беседу в присутствии третьих лиц. В-четвертых, хоть и не курю, даже не догадался захватить с собой сигарет, чтобы угостить собеседника. В-пятых, плохо помнил суть документально оформленного уголовного дела Бориса, переспрашивал об очевидном. В-шестых, нас все время прерывали: мой герой был «бугром» (бригадиром) и его то и дело о чем-то спрашивали — правда, Борис потом признался, что он сам просил друзей таким образом на всякий случай контролировать происходящее в каптерке. В-седьмых, по наивности думая, что все ограничится одним этим разговором, я быстро попытался «взять быка за рога», вызывая к отнюдь не предполагавшейся откровенности, и герой мгновенно «закрылся».

Словом, только через несколько месяцев, после неоднократных встреч и многих писем (каюсь, переданных в колонию и неофициальными, указанными мне путями), после внимательного изучения обстоятельств дела, бесед с адвокатом состоялся разговор, выразивший в очерке нужную «тональность» рассказа об этом во всех смыслах неординарном человеке.

— Скажите, вот меня сначала учили убивать, выживать в любых условиях, реагировать на опасность автоматически (Борис был старши-

ной разведбата), а теперь, когда я адекватно ответил распоясавшимся пьяным подонкам, у меня сломана жизнь. Разве это верно? И потом, даже на войне были правила, только и соблюдая которые я остался живым. Первое из них: не будь эгоистом, не думай только о себе. Тот, кто спасал только свою шкуру — давно в земле. Но на «Большой земле» — эгоизм развратил людей. Прежде всего тех, кто чувствует безнаказанность за любое причиненное другому зло. А при первом же достойном отпоре прячется за законы. Разве так можно навести в стране порядок?

Герой моего очерка даже не мог предположить степень эгоизма, с которой столкнутся и после него целые поколения воинов, посланных в пекло от имени Родины.

### **Умение слушать и слышать**

Недавно задумался над простой истиной: прошло, видимо, время, когда журналист-газетчик мог быть интересен только новой информацией, которую он доносит своему читателю. По радио или телевидению ее теперь можно получить гораздо быстрее, чем в напечатанном виде, в Интернете обнаружить в более полном объеме, а «сарафанное радио», слухи — донесут эту информацию порой разнообразнее написанного. Интересно читателю не что говорят, а кто.

Поэтому, уверен, любые наши даже самые маленькие по объему произведения неразрывно связаны не только с тем временем, событием, фактами, которые более или менее удачно удалось отразить, но и с нашим личным «информационным пространством». По-другому говоря, прежде всего с тем, как нам удалось раздобыть ту или иную эксклюзивную информацию, вчувствоваться в нее. Ведь если нет этой особенки — мы растворяемся в безликом «читал», «слышал», «видел».

Вот это искусство добывать, не пропустить эксклюзив и есть водораздел между профессионалом и вечным «любителем» в журналистике. Это качество я именую как умение слушать и слышать то, что для другого малоинтересно или второстепенно.

Убеждался в его ценности не раз...

Благодаря первой жизненной оплеухе я не поступил на журфак и успел отработать одну уборочную страду комбайнером (в УПК получил удостоверение механизатора III класса), испытал себя в роли учителя физкультуры в родной школе, был методистом в Доме культуры... А вообще-то — эти полтора года занимался любимым делом: возился с техникой, с утра до вечера был в спортзале, репетировал и играл на гитаре на танцах и... получал еще за все это удовольствие

зарплату. Замечательное было время. А еще постоянно вел подробнейший дневник и писал в районную газету: о том, что видел, слышал, чувствовал, о том, по какому поводу переживал я и мои друзья. Сейчас то, что я публиковал, на Западе называется «народной журналистикой». Среди читателей такое первородное творчество бывает весьма популярно. А рассказываю я это вот в связи с чем.

Заметили. Пригласили. И успел немного — до призыва на срочную службу — поработать в штате районной газеты «Красное знамя» в городе Касли Челябинской области. На первой же летучке с напором и юношеским максимализмом раскритиковал коллег за зарисовки и очерки, а мне в ответ вполне доброжелательно: «Пиши лучше...». Старался. У редактора Ивана Васильевича Целищева было любимое присловие: «За окном дождь, в командировку не поедешь, в номер все сдано — садитесь и пишите рассказы. В номер, может, и не поставим, а руку набьете...». И не помню, честно говоря, чтобы какие-то идеологические установки партии и правительства тогда особо выполняли. Ценились в публикациях та самая новизна факта, темы, языковые находки и... умение слушать и слышать.

Помню, приехали за шестьдесят километров в село Багаряк. Редактору, по царившей тогда традиции, надо бы как члену бюро райкома партии сразу к директору совхоза или в партком. А он — к магазину. Слушал, о чем в очереди немалой беседуют, сам о чем-то перемолвился с разными покупателями. Потом — к висевшей возле входа доске объявлений и давай переписывать все, что связано с продажей коров. Далее по этим адресам проехал. И вскоре в газете появляется проблемная статья о том, что сельчанам негде коров пасти, совхоз не помогает с кормами, хотя тонны соломы сгнивают, а покосы тоже не выделяют...

Во время службы в армии мне его величество Случай и этот первый приобретенный опыт помогли решить некоторые проблемы. Время уже к увольнению идет, а это был 1975 год, вдруг вызывает комбат: «Надо к 30-летию Победы стенгазету выпустить. Ты — парень грамотный, сделай...» Приказы в армии не обсуждаются. Надо так надо.

А заведующим столовой у нас в части был прапорщик Атаев. Пожилой, седущий, китель вечно в масле, но очень добрый. А поскольку я в кухонных нарядах (чаще всего вне очереди) там бывал нередко, много раз слышал от него рассказы о Великой Отечественной. Много записывал, сам не зная зачем. Как мальчишкой попал он на фронт, про плен, про медаль «За отвагу», которую сам генерал Конев после

боя к фуфайке пацану пристегнул... Поскольку начал я обо всем этом писать для стенгазеты, творческую энергию ничем не ограничивал.

Вывесили сей труд, а в это время, по-моему, вообще впервые за все время, в часть приехал корреспондент из Ташкента из окружной газеты Краснознаменного ТуркВО «Фрунзевец». Попросил снять, и увез нашу стенгазету. Замполит части всполошился:

— Что там такое, сукины дети, понаписали, я вам устрою «дембель»!

Где-то спустя две недели грустим с ротным писарем в каптерке — прибегает посыльный из штаба: «Товарищ старший сержант, вас к командиру части». А это равносильно примерно тому, что вас Господь Бог на Страшный суд призывает. Екнуло что-то в груди, когда шагнул за дверь, что рядом с полковым знаменем. А наш строгий полковник, «батя» — Федор Корнеевич Шпак, сам прошедший всю Великую Отечественную рядовым, вдруг... обнимает и целует меня. Он, оказывается, только что прочитал очерк на полполосы об этом прапорщике в окружной газете и всплакнул от того, как душевно написано. Я-то ведь не особо творчески и в объеме, и в деталях, и в средствах выразительности себя ограничивал в стенгазетном очерке. Опубликовали дословно, да еще с припиской — победителем конкурса, мол, я стал...

В общем, «на дембель», как мы тогда говорили, я ушел одним из первых в части, с рекомендацией для поступления на рабфак УрГУ и... убежденным фаталистом. От судьбы не убежишь. Лучше, все обдумав и взвесив, подчиниться ей, преодолеть себя и жизненные трудности, и тогда есть шанс получить от нее какой-то подарок.

Но при условии, что ты умеешь слушать и слышать!



В. Ф. Олешко в рабочей командировке в Риме

### 4.3. «Звездность» — это не главное

**Клюев Юрий Владимирович** — профессиональный журналист, доцент кафедры радио и телевидения Санкт-Петербургского госуниверситета. В 1993–1998 гг. — корреспондент дирекции информационных программ Петербургского радио (ГТРК «Петербург — 5-й канал»). Август–ноябрь 1998 г. — консультант первого вице-губернатора Ленинградской области, члена областного правительства В. П. Сердюкова. В 1999 г. — сотрудник центра общественных связей и противопожарной пропаганды управления государственной противопожарной службы ГУВД Санкт-Петербурга и Ленобласти. В 2000–2001 гг. — заведующий отделом экономики и политики редакции газеты «Киришский факел». Сотрудничал с газетой «Аничков мост», Ленинградской областной телекомпанией, радиостанцией «Гарда-рика». Участвовал в организации и проведении избирательных кампаний по выборам губернатора Санкт-Петербурга В. А. Яковлева, губернаторов Ленобласти А. С. Белякова, В. А. Густова, ряда депутатов Госдумы, главы администрации Волосовского района Ленобласти И. В. Полянского. Десятилетний опыт работы журналистом позволяет ему давать точные рекомендации по ведению радиointервью.

#### Опять «на задании»

Запомнилась встреча с грузинским артистом Вахтангом Кикабидзе. В 1993 г. он приезжал в Петербург и дал концерт вместе с известной певицей Нани Бреговдзе в ДК имени Ленсовета. В то время я работал внештатным корреспондентом на радио, но уже имел определенный профессиональный опыт. Во время первого акта концерта, в котором выступала Бреговдзе, администратор ДК устроила мне встречу с Кикабидзе. Теперь я понимаю, что он был одним из первых знаменитостей, с которыми мне довелось общаться в журналистской практике. Каково было мое удивление тем, что популярный артист отвечал на мои вопросы спокойно, без всякой доли высокомерия, снобизма, «звездной» болезни. Поразила его культура, интеллигентность, уважение ко мне — совершенно ему неизвестному и совсем молодому (тогда еще студенту-второкурснику факультета журналистики) человеку. На следующее утро вышел мой радиорепортаж, посвященный гастролем Кикабидзе и Бреговдзе в Петербурге. А гастролито состояли из одного-единственного концерта. Этот радиосюжет, прозвучавший в информационно-музыкальной программе «Петербургская панорама», я считаю своей первой творческой удачей.



Такие же светлые воспоминания оставила у меня встреча в 1998 г. с известным российским модельером Вячеславом Зайцевым. Правда, тогда я был уже маститым журналистом, избавился от чувства стеснительности, закомплексованности в общении. Это только на первый взгляд кажется, что так просто — подойти к совершенно незнакомому тебе человеку и завязать разговор, а ведь это не какой-нибудь «междусобойчик», а разговор-основа для будущего репортажа, для радиопередачи на волнах государственного городского радио! Сколько еще было таких разговоров — десятки, сотни. С мэром Санкт-Петербурга Анатолием Собчаком, губернатором Владимиром Яковлевым, с губернаторами Ленинградской области Александром Беляковым, Вадимом Густовым, Валерием Сердюковым, с председателем Госдумы Геннадием Селезневым, с председателем комитета финансов Петербурга Алексеем Кудриным, с людьми известными и неизвестными.

Но были и провалы. Так, на заре профессиональной карьеры у меня не завязался диалог с автором-исполнителем, солистом музыкальной группы «Машина времени» Андреем Макаревичем. На мои вопросы во время записи интервью он отвечал односложно, неохотно, без всякого энтузиазма. Правда, несмотря на этот провал, я подготовил к эфиру два (!) радиосюжета, в которых Макаревич предстал пусть не передо мной, но перед слушателями в более или менее хорошем настроении. Помню, как Наталья Сащенко, редактор радиопрограммы, отреагировала на мой не самый лицеприятный отзыв о Макаревиче: «Вопросы надо уметь задавать — каковы вопросы, таковы и ответы». Через какое-то время я понял, что она во многом была права.

Бывали в журналистской жизни и курьезы. Всем известно, что работа журналиста-информационщика — не что иное, как постоянная беготня, связанная с записями интервью, репортажей и т. п. Получалось так, что и в нашей редакции в Доме радио на Итальянской мы присутствовали с коллегами попеременно: кто-то находился в репортажной студии, кто-то на записи в городе, кто-то уезжал на репортаж в Ленобласть... Так что, когда звонил телефон, трубку поднимал тот из нас, кто находился в кабинете. И вот на очередном звонке к телефону попросили мою коллегу, радиожурналистку Галину Артеменко. Я, как ни в чем не бывало, бодро ответил: «Вы знаете, ее сейчас нет, она на задании». «На секретном?» — полуиронично-полусерьезно спросили меня на другом конце провода. Возникла «тягостная» тишина, рожденная моим, вполне обоснованным, замешательством. Десятки раз я говорил по телефону: «на задании», и вот впервые вдумался в эту

фразу. А ведь действительно: мы что, как штирлицы какие-нибудь, на заданиях бываем? После этого я старался говорить по-другому: не «на задании», а просто: «на репортаже» или «на записи».

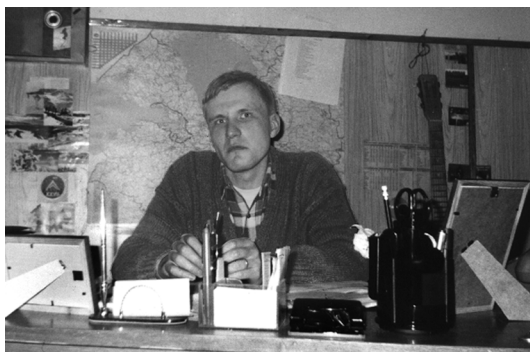
Сейчас, по прошествии определенного количества лет, по-другому оцениваешь многие события из журналистской практики, вообще из своей жизни. Появилась какая-то размеренность, неторопливость. Часто удивляюсь: как мог делать ежедневно, включая выходные, два-три полноценных оперативных репортажа. Но важно одно — опыт накопил громадный: сколько людей повидал, где только ни был. Корреспондент — он везде и всюду, рабочая лошадка. Без него ни газета не выйдет, ни радиопередача, ни телепрограмма. Правда, все чаще ловлю себя на мысли, что журналистика очень изменилась. Где она, та романтика, тот творческий энтузиазм, с которым работали мы? Наверное, остались в молодости. Моей, конечно, не тех, кто сегодня у горнила журналистики. Журналистика стала сегодня более прагматичной, циничной, жесткой и легковесной, чем постсоветская. Во многом — деструктивной, что относится и к официальной государственной, и к эпатажной коммерческой, частной прессе. Это журналистика другой эпохи, другого времени. Мы перестали писать о жизни простого человека, нас не интересуют проблемы рабочего, крестьянина, темы труда, совести, долга, чести, нравственности... Пресса захлебывается рекламой, заказными, имиджевыми материалами, публикациями в бульварном стиле. На поток поставлена индустрия увеселения, убажания, развлечения. Повседневные заботы человека, его нравственные, моральные качества — тот камень преткновения, о который спотыкалась и советская журналистика, часто воспевавшая не самого человека, а его производственные успехи.

Для любого журналиста важно быть честным, прежде всего по отношению к самому себе, не потерять во времени, не разочароваться в профессии. Начинающим журналистам хотелось бы пожелать терпения, выносливости, физических и духовных сил. Вы скажете: то же самое можно пожелать любому человеку любой профессии. Так и есть, но ведь без этого физического и духовного здоровья не будет ни профессии, ни нормальной жизни вообще. Друзья журналиста — это режим дня, полноценный отдых, сон, спорт. Враги журналиста — беспорядочность образа жизни: алкоголь, сигарета, кофе с коньяком, переутомление вследствие непомерно высокой нагрузки, бесконечные фуршеты, если после них журналист возвращается на бровях, и т. д. Есть немало примеров, когда талантливые журналисты благодаря та-

кому вот набору проблем потеряли свое место в журналистике, деградировали как личность. Это секреты долговечности жизни журналиста, а секреты профессиональной состоятельности во многом просты, банальны и выражаются в следующем.

1. Вопросы для интервью с собеседником нужно готовить заранее, экспромт, как правило, редко бывает удачным. Вопросы должны быть конкретными, а не общими.
2. Собеседника нужно расположить к себе психологически, дать понять, что вы заинтересованы в разговоре с ним, если нужно — обстоятельно разяснить цель вашей с ним встречи, цель будущего журналистского текста, рассказать об издании или теле-, радиоканале, который вы представляете.
3. Журналист должен быть настроен на созидательный диалог: вести себя с собеседником тактично, уравновешенно, уважительно.
4. Нужно поставить себя на место потенциального читателя, слушателя, зрителя: будет ли им интересен ваш журналистский материал, о чем именно хотели бы они из него узнать.
5. В процессе работы над журналистским произведением репортер должен знать, какую цель, создавая свой текст, он преследует. Очевидно, что в основе работы журналиста лежат задачи информирования, разяснения, убеждения. Пресса может и должна воспитывать, просвещать, прививать эстетические и художественные вкусы.

Но самый главный журналистский секрет — оставаться человеком, к которому любой, знакомый или незнакомый человек, может, придя в редакцию, обратиться за помощью в решении своей проблемы. Если не помочь, то хотя бы выслушать его — вот и нравственная, и профессиональная задача журналиста. Нужно помнить, что далеко не все из нас на журналистском или любом другом небосклоне становятся звездами, теми, кого знают, перед кем преклоняются. И «звездность» — это не главное, поскольку отнюдь не умаляет нашего с вами вклада в ту отрасль человеческой деятельности, в которой мы заняты. «Светить всегда, светить везде», — как говорил поэт В. В. Маяковский, можно и без широкой публичной известности. Главное, чтобы и вам, и людям вокруг вас было светлее, а взаимное общение друг с другом — приятным и добрым.



Корреспондент газеты «Киришский факел» Юрий Клюев в редакционном интерьере



Корреспондент «на задании» — берет интервью для радио «Петербург» у руководителя крупного в Ленинградской области предприятия по переработке отходов

#### 4.4. Чего не любят PR-мены в журналистах?

**Веретин Александр Иванович** в журналистике не новичок. Прошел все ступени мастерства — от многотиражки до солидной городской газеты. Занимал должность заместителя председателя Комитета по информации, телерадиовещанию, СМИ и связям с общественностью Ленинградской области, является президентом Санкт-Петербургской ассоциации специалистов по связям с общественностью, членом правления Гильдии работников пресс-служб России, действительным членом Санкт-Петербургского союза научных и инженерных обществ, членом Союза журналистов

России. Сегодня он — заместитель генерального руководителя пресс-центра ОАО «КАД-Ленобласть». Его знание профессии изнутри помогает очень точно выстраивать отношения с журналистами. Прислушайтесь к советам специалиста.

В профессиональной среде PR-менов журналистов зачастую называют журиками или журналогами (почувствуйте разницу). Взаимоотношения в целом доброжелательные и уважительные. Хотя журналисты часто видят в PR-менах лишь официантов, которые должны по их заказу преподнести эксклюзивные блюда политической кухни. Как известно, на кухне главный человек — шеф-повар, а в общении с клиентами — официант, от умения которого ненавязчиво представить, разрекламировать блюдо, установить доверительные отношения зависят не только аппетит и хорошее настроение клиента, но и коммерческий успех ресторана, да и чаевые самого официанта. Так что сравнение это в цивилизованном обществе вполне уместно и безобидно. Но в наших российских условиях не изжитое барское «Эй, человек!» и лакейское «Чего-с изволите?» вызывают внутреннее напряжение, соответствующую внешнюю реакцию и, как следствие, открытые конфликты.

Каковы же основные претензии пресс-служб к журналистам? В первую очередь это даже не нарушения установленных правил аккредитации, а нарушения общепринятых этических норм. Любому руководителю пресс-службы не раз и не два в своей практике пришлось, приложив массу усилий, организовывать эксклюзивные интервью своих руководителей представителям СМИ. При этом всегда четко оговаривается отведенное для интервью время, круг обсуждаемых проблем. Ведь ни один руководитель, как, впрочем, и любой человек, не любит получать неожиданные неприятные вопросы, выглядеть некомпетентным. Но нередко журналисты сами оказываются неподготовленными к интервью, совершенно поверхностно представляют суть проблемы, о которой с важным видом рассуждают с интервьюером. Как следствие, последнему приходится «читать лекцию», начинать с азов, а значит, терять массу времени. А у пресс-службы возникают проблемы с другими службами и отделами — ведь чем выше руководитель, тем больше людей ждет у него в приемной, тем жестче график работы.

Поэтому осмелюсь заявить, что наибольшее неудовольствие пресс-секретарей вызывают **опоздания журналистов на встречу, их неподготовленность и нежелание ценить время других людей.**



А. И. Веретин дает интервью корреспонденту радио «Гардарика» Елене Ковтуненко на выставке, посвященной 2500-летию Старой Ладogi (на фоне портрета губернатора Ленобласти В. П. Сердюкова), 2003 г.

## 4.5. Кого о чем спрашивать

**Тимошенкова Нонна Викторовна** преданно и верно служит всю жизнь любимой газете «Пять углов» и точно знает, как нужно делать детскую газету, чтобы она была единственной желанной для читателя. Действующего главного редактора «Пяти углов» можно назвать магистром детских наук: кажется, что она знает все о своем читателе. Общение с детьми — это не только радостное мероприятие, но и сложная работа. Вы это поймете, когда прочтете откровения Нонны Тимошенковой о курьезах, которые случаются в общении и с детьми, и со взрослыми.

### То ли девочка, то ли виденье?

Каждый год в конце весны в редакцию приходили студенты-практиканты с журфака. Обычно девушки, и чаще всего в положении. Почему-то факультетское начальство считало, что в детской газете будущим мамам будет полегче, не думая о том, что с животиком спокойнее ходить по взрослым учреждениям, а не по школам и пионерским лагерям, вызывая жгучее любопытство детей. А тут вдруг прибыл молодой человек, третьекурсник. На мой вопрос, чем его привлекла детская газета, ответил веско:

— У вас больше простор для творчества. Я на это очень рассчитываю.

Его первым заданием был «репортаж с последней парты». Была тогда в газете весьма популярная рубрика. Задача корреспондента — подметить и описать какой-то нравственный конфликт, поучительную или веселую ситуацию, разворачивающуюся на фоне урока. Юноша оказался смышленным и уже через пару дней принес весьма

бойкий репортаж с урока русского языка в 6-а классе такой-то школы. Репортаж строился вокруг ответа у доски мальчишки-двоечника, с которым взялась позаниматься одна из девочек-отличниц. Весь класс с волнением следил за ответом и, когда учительница поставила заслуженную четверку, разразился аплодисментами. Расставив абзацы, поправив две-три стилистические неточности, я уже готова была заслать материал в набор, но снова пробежала его глазами.

— Какое необычное имя — Натанелла!

— Понравилось? Я его специально для вас написал, чувствовал, что вам понравится, — гордо сказал практикант.

— То есть как это специально?! Разве в 6-а классе нет такой девочки?

— Конечно нет.

— А все остальное?! А четверка?! Здесь же номер школы указан!

— Остальное все есть, почти. Что вы волнуетесь, журналист имеет право на художественный домysel. Нам даже лекцию об этом читали. Вы-то, наверное, университет давно заканчивали?

## **Русский по-китайски**

Интервью — не только популярный журналистский жанр, но и один из самых распространенных способов сбора информации. Человек — участник, очевидец события, специалист по интересующей газету проблеме — надежный источник получения нужных сведений. Но и здесь нужно всегда быть начеку.

Мне поручили сделать материал о первых школьных шагах первоклассников, за плечами которых всего несколько учебных дней. Дети охотно делились впечатлениями о своей новой жизни. Особенно старался один мальчик. А когда увидел, как внимательно я слушаю все ответы, как старательно записываю их в блокнот, совсем разошелся и уже никому из одноклассников слова не давал сказать.

— Программа у нас новая, усложненная, — авторитетно объяснял он. — Уроков задают много, почти как в третьем или даже в пятом классе. Я точно знаю — у меня сестра пятиклассница. И по математике, и по чтению, даже по физкультуре. Примеры, задачи, упражнения разные.

— А по русскому?

— По русскому больше всего задают: диктанты, сочинения, изложения.

— Постой, постой! — спохватилась я. — Как же вы сочинения пишете, если еще даже буквы не все прошли?

— Палочками! — не растерялся малыш. И, подумав секунду, блеснул эрудицией:

— Как китайцы!

## 4.6. «Не будь памятником»

**Петров Геннадий Николаевич** — доктор филологических наук, профессор кафедры радио и телевидения СПбГУ. Его страсть — художественное телевидение, особенно зарубежное, телевизионная драматургия, телевизионный театр. Изысканный вкус, тонкое понимание теледействия и таинства сценарного мастерства делает его журналистское перо критика легко узнаваемым. Свое мастерство оттачивал не только на отечественном телевидении, но и на популярных западных каналах. Автор книг по телевизионной драматургии.

Многое в освоении профессионального журналистского мастерства определяется тем практическим опытом, с которым сталкиваешься в первые годы постижения профессии. Наверное, банальная сентенция, но она справедлива, поскольку подкрепляется в каждом индивидуальном случае.

Во время написания кандидатской диссертации, посвященной французскому телевизионному театру и проблемам интерпретации классической драматургии на ТВ, мне выпала завидная возможность по безвалютному обмену оказаться на стажировке во Французском Национальном институте аудиовизуальных проблем. Руководителем стажировки с французской стороны был специалист в области медийных проблем Мишель Сушон. События происходили в 1980-е гг. — вполне советское время, но политическая составляющая не была главным в нашем общении: у нас были разные идеологические системы, и спорить о преимуществах одной перед другой было бесполезно. Суть в том, что Мишель Сушон в руководстве экзотическим советским стажером не особо утруждался теоретическими выкладками (как всякая творческая натура), а старался продемонстрировать именно приемы, которыми пользуется журналист в подготовке программы. Тогда на французском ТВ работала замечательная Эв Руджери, ведущая дневного женского ток-шоу (напористость С. Сорокиной, шарм и сдержанность Т. Митковой и фривольность А. Малахова, и все это в одном флаконе — вот что такое была Эв Руджери для французских дам). Отличительная черта ее образа (имиджа) на телеэкране — победная самоуверенность, которой столь недостает многим французенкам в будничной жизни. Это была звезда!



Вот однажды, плетясь хвостом по коридорами и комнатам французского ТВ за своим руководителем М. Сушоном, который на ТВ подрабатывал в качестве сценариста различных программ, в частности и для шоу Э. Руджери (как это все знакомо сейчас по программам «Окна», «Запретная зона» и сценариям прочих журналистских исследований), мы буквально нос к носу сталкиваемся с уважаемой и очень красивой Эв Руджери. И, как это часто бывает в звездной среде, расцеловавшись, обрадовавшись встрече, комплиментарно восхитившись работой визажиста и парикмахера, Мишель Сушон произносит фразу, врезающуюся в память надолго: «Ты сегодня восхитительна, как никогда! И костюм замечательный, а что, твоего размера у фирмы не оказалось?». Я обомлел, ожидая бури негодования, завершающейся ссорой на всю жизнь, множества гнусных инсинуаций по поводу талантливости того и другого. Но ничего похожего на склоки в наших редакционных коридорах не произошло! Выдержав спровоцированный удар, уверенная Руджери сказала коллеге: «Ты посеял во мне сомнение, но зачем тебе это нужно?» — «Объясню после программы», — сказал Мишель.

И когда звезда скрылась за дверями студии, он пояснил: «Хотелось посеять сомнение в ее исключительности. Она начинает программу всегда как знающая истину в последней инстанции, а хотелось бы ее видеть сомневающейся в своей исключительности, в чем-то неуверенной».

Когда смотрю многие программы сегодняшнего ТВ, довольно часто вспоминаю этот замечательный урок: «Сомневайся! Будь живым, смешным, нелепым на телеэкране. Это лучше, чем быть памятником!».

## 4.7. Розыгрыш как профессиональный урок

**Мельник Галина Сергеевна** — профессор факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета, автор книг по теории и практике журналистики.

### История одной лошади

Розыгрыши среди журналистов приняты. В конце 1970-х, тогда еще молодая журналистка, свою профессиональную карьеру я начинала в газете «Известия». Меня определили «на учебу» в отдел фельетонов к известным журналистам — Э. Пархомовскому, Г. Надеину и В. Штанько, которые сообща писали фельетоны под общим псевдо-

нимом Пантелеймон Корягин. Я смотрела в рот мэтрам, верила каждому их слову и даже пыталась повторять их манеру общения с посетителями редакции (на журналистском сленге — «ходоками»). Надо заметить, таких было немало, и они, собственно говоря, и были источниками информации.

В один из дней в редакцию пожаловал «ходок», приехавший в Москву из Белоруссии, и принес материалы — служебные и объяснительные записки директоров каких-то колхозов и совхозов, приказы и распоряжения директоров ферм. Штанько предложил написать совместный фельетон. Ты, говорит, разберись, напиши фабулу, позвони по телефону, который я дам, уточни детали. А я наведу лоск, сделаю огранку. С энтузиазмом взялась за работу и написала блестящий, как мне тогда казалось, материал «История одной лошади». Чем не фельетонный сюжет?! Одна лошадь самостоятельно ушла из родной колхозной конюшни в Белоруссии и дальше гуляла сама по себе — попала на территорию Украины, потом России. Те, кто отлавливал лошадь, — приводил ее в ближайшее колхозное хозяйство, но там горемычную не принимали, так как не было бумаги о передаче ее на баланс. И таких «пунктов приема» на пути горемычной лошади было несть числа. Когда «фельетон» был уже готов, я все же позвонила по данному мне Штанько телефону уточнить детали — фамилию директора совхоза, из которого ушла лошадь. С другого конца провода услышала раскатистый голос: «Алло! Бесштанько слушает». Наверное, ни один клоун мира не мог меня так рассмешить в тот момент. Отсмеявшись, поняла, что никакого фельетона не будет напечатано, потому что ходок из Белоруссии, выражаясь современным языком, подстава, а все «документы» изготовлены здесь же в редакции собратями по перу, телефон оказался московским, а голос в телефоне — сценарная заготовка. Только фельетонист мог придумать такой блестящий ход: автор Штанько пишет о герое Бесштанько.

Боевое крещение пошло на пользу. Я сделала **первый вывод** — никому и ничему не доверяй, все проверяй и лучше сразу, будь дотошной в расспросах. Не стесняйся спрашивать документы, подтверждающие личность в определенных обстоятельствах (например, в случае с белорусским «ходоком», который почему-то очень спешил на поезд). Будь внимательным к окружающим — следи за реакциями людей, не замыкайся на собственной персоне и не будь маниакально одержим одной идеей (можно прозевать интересное рядом).

## Второе пришествие Афанасия Никитина

После окончания университета и получения диплома с отличием отправилась за журналистской романтикой в глухой уголок любимой родины — город Нукус, находящийся на стыке двух пустынь — Каракум и Кызыл-кум. Надо заметить, добраться до этой точки можно только самолетом. Завертелась бурная редакционная жизнь в газете «Советская Каракалпакия» — привозила экзотические материалы о лепрозории, об Аральском море, которое «уходит» (тогда об этом мало кто писал), оставляя врытые в песок и потому умирающие рыбокомбинаты, о пожарах в зверосовхозе, где разводили норок, о выращивании тонковолокнистого хлопчатника, идущего на экспорт. И везде встречи, экзотические люди. Все героическое и настоящее!

С утра просыпалась с одной единой мыслью — куда мчаться: где искать новость? В отделе информации, куда меня временно пристроили, раздался звонок. Примите телефонограмму. Я дежурила в редакции как «свежая голова». Взяла редакционный бланк, поставила (как это полагается) число и записала от руки текст следующего содержания: «Великий путешественник Афанасий Никитин посетил город Ходжейли, где его встретили пионеры с цветами и председатель райсовета имярек». Дальше, как и полагается заправскому журналисту, в подробностях:

— Сколько дней пробудет путешественник в Ходжейли? Не собирается ли он приехать в Нукус?

— Нужно ли организовать встречу? И договориться о гостинице?

— На сколько дней приедет? Будет ли у корреспондента время взять интервью?

Ответили:

— Ждите завтра паромной переправой (через Аму-Дарью) в 12 часов. Встречу организуйте на высшем уровне, дайте информацию в газете.

Трубку повесили. Я дописала в бланке «принято по телефону».

Подготовила информацию, сдала в номер. В 5 утра пошел тираж. Именно в этот момент я пожалела, что не спросила, почему Афанасий Никитин — великий путешественник? И вдруг — озарение: XV век! Индия! Великий путешественник! И где раньше была моя «свежая голова»?! Как вы понимаете, было поздно! Можете представить весь мой ужас — толпа людей у паромной переправы! И цветы, цветы, цветы... Откуда им взяться в пустыне? Тираж был остановлен. Телефонный звонок, как выяснилось, был из соседней комнаты.

**Вывод второй:** вам может позвонить Санта Клаус из Сан-Франциско (даже если это Рождество — не верьте!)

### Покажите мне полуавтомат

Однажды для газеты «Вечерний Ташкент» меня попросили написать об одном изобретателе, работающем в лаборатории физической химии в Политехническом институте. Как мне сказали, он изобрел полуавтомат, чем повысил производительность труда на ламповом заводе.

Я явилась в лабораторию, но героя не оказалось на месте, зато о нем с удовольствием рассказывали коллеги. За чашечкой чая я разузнала все, что хотела (какой он изобретатель — молодой или старый, сколько у него патентов, сколько внедрено изобретений и т. д.). Напоследок попросила, раз нет изобретателя, принести и показать мне полуавтомат. В полной уверенности, что это не затруднит моих собеседников (ведь это не автомат, а всего лишь полуавтомат!). Интерес ко мне сразу пропал. Лица были более чем выразительные. Каждый вернулся к своему делу. Но я была настойчива и дождалась возвращения изобретателя, который и поведал мне, что полуавтомат занимает площадь в несколько сот кубических метров. Очередной конфуз.

**Вывод третий:** нельзя выглядеть дилетантом. Это роняет престиж профессии. Прежде чем идти и спрашивать, покажите мне то, не знаю что, нужно хотя бы поинтересоваться техническими характеристиками, принципами устройства механизма (аппарата) и т. д. И лучше сделать это заранее.



Мельник Г. С. При желании интервью можно взять даже у манекена

## 4.8. Журналистские расследования Александра Осипова

**Осипов Александр Владимирович** — главный редактор еженедельника «Неделя города. Волгоград», 34 года, женат, есть сын.

Работал в командировках в горячих точках в Чечне, Северной Осетии, Ингушетии. Готовил материалы журналистских расследований по проекту «Чистые перья», работал экспертом в некоторых проектах Фонда защиты гласности. В журналистике с 1992 г. Был корреспондентом волгоградских газет «Городские Вести», «Молодой. Свежее решение»; регионального выпуска еженедельника «Московский комсомолец», редактором региональных выпусков еженедельников «Новая газета», «Версия», главным редактором газеты «Волгоградский Пресс-клуб». В 2002 г. участвовал в подготовке съёмок фильмов телекомпании «Останкино» (ОРТ, г. Москва) в рубрике «Документальный детектив».

### Источники информации: отправная точка или ложный след?

Журналистские расследования зачастую начинаются с сообщений от конфиденциальных источников информации. Работая в отделе расследований одной из волгоградских газет, а затем и самостоятельно, мне приходилось часто получать сообщения о происшествиях, преступлениях, событиях, которые не были должным образом расследованы правоохранительными органами или были совершены их сотрудниками.

Как правило, анонимные сообщения мы только принимали к сведению и ограничивались их поверхностной проверкой. Это было оправданно, так как часто анонимные источники давали искажённую, непроверенную, а то и заведомо ложную информацию. Все для того, чтобы использовать журналистов в своих корыстных интересах. Но бывали и редкие исключения. Анонимного источника, давшего достоверную информацию, мы довольно просто «расшифровывали». Им, как правило, был человек — непосредственный участник событий. А так как круг этих участников узок, а утечка информации выгодна единицам, то и установить личность анонима не составляло труда. После таких «разоблачений» аноним либо легализовался и на условиях конфиденциальности соглашался сотрудничать с журналистами, либо отказывался от своих намерений предоставлять интересующую информацию. Те же источники, которые открыто предостав-

ляли информацию, как правило, оказывались либо общественниками, либо знакомыми потерпевших.

*Общественники* — категория людей с повышенной социальной активностью. Это бывшие работники органов власти среднего звена, промышленных предприятий, НИИ, уволенные за активное сопротивление начальству, так называемые диссиденты и оппозиционеры к имеющейся власти, бывшие члены КПСС, работавшие агитаторами и пропагандистами, пенсионеры, ветераны, имеющие достаточно свободного времени, но не знающие, как его потратить. Это принципиальные и упорные люди с ярко выраженной гражданской позицией, но имеющие скудные познания в юриспруденции и слабо разбирающиеся в вопросах оперативно-розыскной деятельности, тактике ведения следствия, процессуальных нормах уголовного права. Однако внутренняя убежденность в своей правоте заменяет им специальные познания. Данная категория людей постоянно вступает в конфликты с местными органами власти, прокуратурой, милицией, судебными органами. Это также и своеобразные карьеристы, для которых выполнение общественного долга может быть «оплачено» повышенным вниманием жителей конкретного села, района, города, в котором они проживают. А это уже трамплин в политической карьере. Нередко эти люди искренне заблуждаются, но не желают признать свою неправоту. В органах власти их называют склочниками, сутяжниками и скандалистами. Несмотря на свою некомпетентность в правовых вопросах, эти люди часто добиваются желаемого результата и отстаивают права граждан. Сами они себя называют правозащитниками.

*Знакомые потерпевших* — люди случайные. Они не преследуют никакой иной цели, сообщая журналистам о происшествии, кроме как желания помочь своим близким. Ими движут чувства сопричастности и достижения справедливости. Они также мало знакомы с Уголовным кодексом и не мыслят правовыми нормами, зачастую субъективны в изложении обстоятельств ситуации. Это соседи, товарищи по работе, учебе. Для них заступиться за знакомого — легче, чем за себя самого. Они как бы подталкивают человека, попавшего в сложную ситуацию, к принятию адекватных к обидчикам мер. Но поскольку они не знают, какими путями это сделать, то обращаются к журналистам — как к людям, по их разумению, компетентным и обладающим некой властью, способным разобраться в ситуации и повлиять на правоохранительные органы или органы власти.

Есть и еще один источник информации — *близкие родственники потерпевших*. Это люди, твердо верящие в непогрешимость жертвы. Они требуют покарать виновных. Как правило — это люди, потерявшие своих близких, но не нашедшие, по их мнению, справедливости в суде или правоохранительных органах. Это самая трудная для журналистов категория источников информации. Достоверность сведений, поступающих от них, нуждается в тщательной проверке.

Я специально остановился на трех этих категориях источников информации и дал им краткие характеристики, так как по их заявлениям проводятся, если можно так назвать, мини-расследования. В подобных случаях нет особенно запутанных детективных историй, и, как правило, хватает одного-двух дней, чтобы собрать исчерпывающую информацию по интересующему вопросу.

Однако расследования, инициированные на основе полученной у этих источников информации, могут быть изначально направлены в ложное русло. Журналист, получивший жалобу и расклад от источника, рискует стать заложником предоставленной им информации и ее трактовки. В ходе расследования случается так, что потерпевший перестает быть таковым, а его вина в конфликте будет ничуть не меньше, чем у подозреваемого. Ладно еще, если криминальная история произошла в крупном городе, где находится редакция издания и журналисту не нужна длительная командировка в отдаленный сельский район. Если же предстоит выезд в сельскую местность для проверки фактов криминальных событий, в которых задействованы, допустим, местные правоохранительные органы, то отправляться туда следует мобильной бригадой — во избежание провокаций и банального физического воздействия.

На примере четырех историй я смогу показать, как источники информации пытаются использовать журналистов. А также то, какие ошибочные выводы были сделаны при проведении журналистских расследований и каких ошибок удалось избежать.

## **История об убитом алкоголике**

**Ноябрь 1996 г.**

В камере предварительного заключения (КПЗ) РОВД К-ского района Волгоградской области скончался мужчина. Судебно-медицинская экспертиза установила, что он умер от кровоизлияния в брюш-

ной полости (в силу давности событий точного диагноза указать не могу, но это не имеет значения. — А. О.). Эксперт сделал заключение, что гражданин П. получил травму в камере, ударившись о твердый предмет (нары). Во время похорон родственники обнаружили на теле покойного многочисленные ссадины и кровоподтеки. Так появилась версия, что П. был сильно избит либо в КПЗ, либо накануне кем-либо из доставивших его милиционеров.

Прокуратура района провела проверку и не нашла оснований для возбуждения уголовного дела. Кроме того, не в пользу погибшего служил и тот факт, что он нигде не работал, ежедневно выпивал и перебивался случайными заработками. Правоохранительные органы выдвигали версию о том, что, перед тем как быть доставленным в райотдел, П. мог подраться с кем-то из своих собутыльников. Кроме того, на почве пьянства у него могло быть ослаблено здоровье, и поэтому он мог получить травму и в камере, упав, например, с нар в КПЗ.

Информация в редакцию газеты «Н» (и непосредственно в отдел расследований) поступила от правозащитницы М., возглавлявшей некую общественную организацию в тех краях. Проанализировав первичное сообщение и то обстоятельство, что к смерти П. могли быть причастны сотрудники милиции, на место выехала мобильная группа в составе двоих журналистов, оператора с видеокамерой и водителя. В то время мы впервые использовали видеокамеру для закрепления доказательств. Чтобы избежать эксцессов и повреждения дорогостоящей техники, было решено поехать в «усиленном составе». Кроме того, работа на незнакомой территории в условиях ограниченного светового дня заставляла действовать быстро, тем более что опросить нужно было максимальное количество людей.

Опросив правозащитницу М., прокурора района, судмедэксперта, начальника райотдела, жену погибшего, его друга, соседей, мы получили довольно подробную картину событий, которым предшествовала смерть П. Но, если М., жена П., его друг, родственники настаивали на безусловной вине милиции в смерти П., то прокурор, начальник милиции и судмедэксперт это отрицали.

За редакционным автомобилем была установлена слежка.

После пяти часов работы выяснилось, что задержал и доставил в милицию П. старший участковый К. При этом, как утверждали очевидцы, К. задержал П., обвинив его в том, что тот пьян и нарушает общественный порядок. Жена П. утверждала, что участковый заставлял подписать мужа протокол об административном правонарушении.



Тот отказался, за что К. отвел задержанного в сельсовет, где у него был кабинет. После этого П. уже никто из близких живым не видел. Если в РОВД участкового характеризовали как опытного и принципиального сотрудника, то друзья П. (читай собутыльники) охарактеризовали К. как человека жестокого, применяющего силу по любому поводу, фактически хозяина того района, где проживал П. Были и рассказы соседей, которые якобы слышали, как из сельсовета раздавались крики П., будто того били, но подтвердить под запись свои показания свидетели отказались.

Фактически журналистское расследование зашло в тупик, так как последнее слово все-таки оставалось за судебно-медицинской экспертизой. Прокуратура также отрицала нанесение побоев гражданину П. сотрудниками милиции. Более того, прокурор отметил, что правозащитница М. давно уже пишет кляузы на местные правоохранительные органы, тем самым поднимая свой «рейтинг», чтобы на выборах выдвинуть свою кандидатуру на пост главы администрации.

На обратном пути, на федеральной трассе Москва—Волгоград, наш автомобиль догнал ВАЗ 2106. В нем находились участковый К. и его родственник. Они пригласили журналиста в салон и, попросив не записывать разговор на диктофон, выдвинули версию, что участкового К. специально хотят оклеветать и подвести под уголовное преследование за принципиальность и за то, что он не дает спуска ворами и алкоголикам, которые растаскивают государственное имущество.

Проанализировав собранные сведения, мы пришли к ошибочному мнению о невиновности К. и случайной смерти П. Мы не стали продолжать расследование и не направили запросы в областную прокуратуру о проведении проверки обстоятельств смерти П. в порядке надзора.

Через несколько месяцев старший участковый К. был привлечен к уголовной ответственности и осужден к реальному сроку наказания с отбыванием в колонии строго режима за изнасилование десятиклассницы в извращенной форме. Причина смерти П. и причастность к ней участкового К. так и не была установлена. Прокурор района был переведен на другое место работы, а вскоре сменилось и начальство РОВД К-ского района.

**Вывод.** Необъективное отношение к источникам информации, поверхностная оценка добытых сведений не позволили журналистам сделать правильные выводы и продолжить расследование.

## История об этническом конфликте

### Лето 2001 г.

В селе С. республики Калмыкия, в 100 километрах от центра Волгограда произошел межэтнический конфликт. По данным информационного агентства, группа калмыков атаковала место поселения дагестанцев. Вооруженные хулиганы стреляли по окнам, вывели из строя несколько автомобилей КАМАЗ, легковые автомобили, ранили и избили несколько человек. К счастью, обошлось без смертельного исхода.

Село С. хорошо известно в Волгограде. Там проживает 70 процентов русских и украинцев, каждые субботу-воскресенье проводится большой базар, на который жители южных районов Волгограда приезжают покупать мясо.

Дагестанцев, проживающих в селе С., не более 300 человек. В основном это чабаны, которые приезжают на базу отдохнуть. База — это несколько двухэтажных кирпичных домов, составляющих замкнутое пространство. Это бывшее автопредприятие с гаражными боксами. В домах живут дети и жены чабанов. Несколько десятков дагестанских семей выкупили частные дома в селе С. Особой роскоши у дагестанцев замечено не было. Все деньги они вкладывали в технику и на покупку скота.

После появления информации о массовом побоище в селе С. редакция газеты «Н» обратилась за комментарием в дагестанскую диаспору Волгограда. На следующий день редакцию посетила группа дагестанцев, которые предложили приехать в село С., так как местная милиция, которую возглавляет калмык по национальности, никакого расследования проводить не хочет. После упомянутых событий в село С. прилетел заместитель министра МВД РФ и дал указание МВД Калмыкии разобраться в ситуации и сделать так, чтобы локальный конфликт не превратился в глобальный.

Стало известно, что в село С. из Волгограда практически сразу после трагических событий прибыли представители дагестанской диаспоры на 30 автомобилях. Они выказали готовность встать на защиту своих соплеменников. Колонну автомобилей блокировали сотрудники калмыцкого ГИБДД, а глава местной администрации (русский по национальности) уговорил дагестанцев возвратиться в Волгоград, утверждая, что ситуация стабилизируется, а инцидент уже исчерпан.

Несмотря на это дагестанцы, приехавшие в редакцию газеты, заявили, что под прикрытием местной милиции калмыцкие группировки из соседних сел готовятся к новой вылазке.

Для проведения журналистского расследования в село С. отправились двое журналистов газеты «Н», фотокорреспондент, а также еще один волгоградский журналист, ранее бывавший в этом селе. Задача усложнялась еще и тем, что Калмыцкая республика — самостоятельный субъект федерации и журналистские удостоверения, выданные в Волгограде, там не произведут ни на кого впечатления. По легенде, все журналисты представляли федеральные издания и федеральное информационное агентство.

Отработать сбор информации надлежало в течение нескольких часов, во избежание провокаций со стороны местной милиции и криминальных элементов. Кроме того, следовало опасаться остановки, проверки и задержания редакционного автомобиля сотрудниками Калмыцкого ГИБДД на трассе Волгоград—Элиста.

Прибыв на место, журналисты сделали попытку встретиться с главой местной администрации и руководством милиции. Выяснилось, что ни главы администрации, ни его замов в селе на тот момент не было, а приехать они могли лишь на следующий день. Начальник райотдела через час принял журналистов в своем кабинете. Там же находился представитель МВД Калмыкии, не назвавший своего имени, и еще один человек в штатском, возможно, представитель ФСБ. Начальник РОВД изложил официальную версию событий, уже опубликованную в центральном органе печати Правительства республики, а сотрудник МВД посоветовал придерживаться этой версии. Из нее следовало, что конфликт произошел на почве неприязненных отношений между жителями села С. (дагестанцами) и жителями села К. (калмыками). При этом сотрудник МВД всячески избегал упоминать национальную принадлежность конфликтующих сторон. Так же журналистам сообщили, что виновные будут найдены и наказаны по всей строгости закона, межэтнического конфликта нет и в помине, и журналистам не стоит накалять страсти.

После этого журналисты отправились к месту поселения дагестанцев. За редакционной машиной было установлено наружное наблюдение. Все время нахождения в селе С. за журналистами, не скрываясь, следовали два автомобиля. Таким образом, можно было сделать вывод, что руководство милиции недвусмысленно предлагает прессе покинуть село и не продолжать расследование.

Прибыв на автобазу, журналисты под диктофон опросили участников событий, сфотографировали разбитые автомобили, покалеченных людей. На земле, в деревянных дверях, кирпичной кладке были обнаружены следы выстрелов из дробовых ружей. Дагестанцы рас-

сказали, что пьяные калмыки из соседнего села спровоцировали драку в одном из кафе села С., затем собрали подкрепление и под покровом ночи напали на автобазу. Также в течение нескольких часов хулиганы врывались в дома, где проживали дагестанцы, и избивали находившихся там мужчин, выбивали стекла, ломали имущество. Данные факты подтвердились при обследовании журналистами нескольких домов в центре села С. и были зафиксированы на аудио- и фото- пленку.

Причиной конфликта дагестанцы называли нежелание части калмыцкого населения мириться с тем фактом, что дагестанцы прибирают к рукам чабанские точки, а коренное население должно на них работать. Дагестанцы охарактеризовали калмыков как ленивых, пьющих людей, желающих получать деньги только лишь за то, что они являются коренными жителями, и поэтому все должно принадлежать лишь им.

Собранные данные позволили сделать предположение, что конфликт был тщательно спланирован и носил не только криминальный оттенок. Причиной конфликта, как можно было предположить, явились два момента — политический и экономический. Руководство республики, не продумав миграционную политику, замалчивая накалявшиеся страсти, оставило на откуп местным властям право разбираться в ситуации. Парадоксально, но село С., населенное большей частью русскими, оказалось в центре межэтнического конфликта. Причем дагестанцы утверждали, что после того, как выживут из села их, придет черед и русскоязычному населению.

Примечательно, что дагестанцы предложили журналистам деньги за будущую публикацию о политическом шовинизме, но те отказались. Уезжать пришлось окольными дорогами. Фото- и аудиопленку водитель редакционного автомобиля спрятал в укромном месте. На посту ГИБДД автомобиль был остановлен, но тщательного досмотра произведено не было.

Отчет о расследовании был опубликован в волгоградской и центральной прессе. И дагестанцы, и калмыки остались недовольны статьями, так как журналисты довольно сухо изложили обстоятельства конфликта, не принимая ничью сторону.

**Вывод.** Журналистам в сложной ситуации предлагались услуги нескольких источников информации, однако они предпочли держаться нейтралитета. Быстрый и качественный сбор информации позволил в короткий срок выяснить позиции сторон и получить

объективную картину конфликтной ситуации, избежать эмоциональных оценок.

При проведении мини-расследования и отталкиваясь от одного, максимум двух событий, от журналиста требуется максимальная собранность, оперативность и умение ориентироваться в ситуации. Как я уже указывал, на первичное изучение ситуации и сбор информации журналисту нужно не так много времени. Более того, если вовремя не собрать необходимую информацию, впоследствии сделать это будет уже невозможно, и тогда журналисту придется идти на поводу у официальных источников: прокурора, следователя, пресс-служб правоохранительных органов. Журналист должен использовать фактор внезапности, собрать информацию в то время, пока потенциальные источники готовы ее предоставить. Любой конфликт, происшествие, преступление как информационный повод имеют особенность «протухать». Бывает так, что конфликтующие стороны могут помириться или преступникам удастся скрыть следы, уговорить свидетелей не давать показаний. В подобных ситуациях работа журналиста средни работе оперативника, с той лишь разницей, что оперативнику помогает закон и противодействуют криминальные элементы, а журналисту противодействуют и те, кто нарушает закон, и те, кто его должен защищать. В этих условиях хорошо бы заручиться поддержкой знакомых и добросовестных сотрудников правоохранительных органов, чтобы не стать жертвой репрессий.

Отличие журналиста от следователя в данной ситуации заключается в том, что следователь должен добыть доказательства совершения преступления, обозначить круг подозреваемых, установить и найти преступника, а затем направить дело в суд. Журналист же должен собрать информацию, закрепить ее доказательно и обнародовать в СМИ. Раскрыть преступление журналист, за редким исключением, не может. Но у него есть возможность исправить упущения официальных органов следствия.

В этих условиях источник информации может как приблизить журналиста к объективным выводам, так и направить его по ложному следу. Это не означает, что ко всем сообщениям нужно относиться скептически, но журналист обязан тщательно перепроверить полученную информацию всеми имеющимися у него способами. В случае же если информацию проверить по той или иной причине нельзя, лучше вообще отказаться от проведения расследования и передать информацию более опытному и компетентному сотруднику.



На фотографии — журналист-расследователь, главный редактор еженедельника «Неделя города. Волгоград» А. В. Осипов

## 4.9. Секретное оружие Сергея Невского

**Ильченко Сергей Николаевич (Невский).** У него — около полусотни псевдонимов. Однако вся культурная общественность узнала его на телеэкране как Сергея Невского. В белом смокинге и с черной бабочкой на шее он более двух лет вел на ТРК «Петербург» программу «Мужские истории» (1999–2001). Когда счет его именитым гостям перешел на седьмой десяток, Невский остановился.

Журналистскую деятельность начал еще в армии, когда опубликовал свои пространные статьи в газете ЛенВО «На страже Родины». После службы первое интервью опубликовал в марте 1984 г. в газете «Вечерний Ленинград». Кропотливо вел счет своим публикациям. Когда их число превысило тысячу, он бросил считать.

Впервые выпустил свою программу на радио в 1985 г., с 1988 г. сотрудничал с разными программами телевидения — от «Адамова яблока» до «У всех на виду».

Много и плодотворно трудился пресс-секретарем в Комитете по культуре Администрации Санкт-Петербурга (1991–2000). За это время провел более четырех сотен пресс-конференций и брифингов. Когда их количество приблизилось к 500, — бросил их считать.

Сегодня он на радио «России» — ведущий программ «Восемь с половиной» и «Музыка в кинозале». На родном петербургском радио с 1997 г. ведет авторский цикл «Легенды и мифы XX века», попутно комментируя события недели каждую пятницу в прямом эфире. Кроме того, С. Ильченко под своим настоящим именем сотрудничает с газетой «Невское время», где чаще появляется как ведущий рубрики «Человек пятницы», публикуя в ней

свои интервью с разными VIP-персонами. Когда число публикаций в рубрике превысило две сотни, он бросил их считать.

А еще он известен как Сергей Николаевич Ильченко — заведующий кафедрой радио и телевидения факультета журналистики СПбГУ, а также — доцент и кандидат искусствоведения.

Мы предлагаем его рассказ о том, как настраивался Сергей Невский на беседу во время съемок программы «Мужские истории».

## **Выпил — рассказал**

Идея программы возникла одновременно в головах пресс-секретаря Сергея Ильченко и режиссера Петербургского телевидения Константина Гаврилова. Именно последний и предложил ту структуру программы, которая надолго, если не навсегда, стала нашим ноу-хау. Мы должны были беседовать с гостем в ресторане. Однако наш стол должен быть пустым. На нем располагалась лишь соответствующая посуда для тостов. Почему? Да потому что съемка программы начиналась с приветственного тоста в честь гостя, а завершалась его прощальным тостом. Никто в самом начале не мог и предположить, как повлияет этот нехитрый прием на многие ситуации в общении с гостями.

Начнем с того, что многие мужчины просто-напросто отказывались пить, мотивируя решение ранним временем, режимом или тем обстоятельством, что у них вечером спектакль или съемка. Однако условия игры требовали поднимания рюмок (бокалов). Тогда мы взяли на вооружение театральный трюк, наливая в рюмки... минеральную воду (без газа). Многие профессионалы игры с удовольствием крякали, вышивая ее прямо перед камерой, тем самым демонстрируя любовь и вкус к извечному русскому напитку.

Но встречались и более изощренные «отказники». Александр Розенбаум на предложение выпить согласился, сказав, что потребляет виски со льдом. Когда же Александр Яковлевич оказался в ресторане, то вместо виски в стакан был налит... чай, куда и был положен лед. А во время передачи на вопрос об алкоголе известный певец отреагировал очень бурно, рассказал, как он завязал, и предложил более к этой теме не возвращаться.

Валерий Золотухин сразу отказался пить что-то крепкое, попросив налить в большие стаканы... молоко. Надо было видеть лицо официанта в этот момент! Однако спустя несколько минут молоко в ресторане было найдено, налито, и мы чокались перед камерами стаканами с молоком.

Те, кто не отказывались, предпочитали дорогие сорта французских вин или фирменный коньяк. Один народный артист изловчился во время съемочной смены в одном уважаемом клубе выпить марочного коньяка в объеме трехсот граммов, а затем за званым обедом после съемок (это тоже было ноу-хау нашей программы) почему-то попросил пива. Но более всех нас поразил своим изощренным отношением к напиткам другой народный артист из Петербурга.

На съемки программы он пришел в шляпе, которую никак не хотел снимать. А мы его об этом не просили, да и о шляпе ни разу не спросили, как не спросили и о том, как он играл знаменитого героя из романа Александра Дюма.

Видя, что традиционные темы для интервью «не играют», Михаил Сергеевич начал рассказывать удивительные истории своего детства.

Однако его изощренный ум жаждал реванша. Тогда он попросил официанта принести две рюмки. Бедняга! Он не знал, что режиссер строго-настрого запретил во время съемок подливать в стакан ведущему настоящий алкоголь. Однако запрет не распространялся на гостя. Но в этот раз официант перепутал и принес две рюмки... воды. Надо было видеть лицо гостя, когда он залпом опрокинул воду в рот! Осознав подвох, он через пару минут громко потребовал еще водки. Настоящей. Официант посмотрел на режиссера, тот ему подмигнул. Официант принес две рюмки — одну с водкой, другую с водой. Первая досталась гостю в шляпе, вторая — ведущему. В течение съемок операция повторялась несколько раз, и гость никак не мог понять: почему ведущий так связно говорит и точно формулирует вопросы.

Когда съемка окончилась, выйдя из кадра, наш гость бросил про себя: «Вот гад! всю мою биографию выучил!».

Позже, читая книгу по истории кино, ведущий обнаружил, что его ноу-хау за много лет до «Мужских историй» использовали режиссеры-документалисты из ГДР Хайновский и Шойман. Когда они снимали свой знаменитый фильм «Смеющийся человек», то брали интервью у офицера-наемника в Африке. Для того чтобы у того развязался язык, они и предложили несколько раз во время съемок выпить. Бравый и циничный вояка не отказался. И под конец съемок уже не стеснялся ни выражений, ни откровений. История, правда, умалчивает, делили ли участь героя сами режиссеры.

В случае «Мужских историй» такой метод подготовки гостя к общению был все-таки чреват и опасен. Печень у человека одна, как и жизнь.





Журналист Сергей Невский (Ильченко) с актером Михаилом Боярским



Журналист Сергей Невский (Ильченко) с режиссером Ленкома Марком Захаровым



Журналист Сергей Невский (Ильченко) с актером Владимиром Машковым



Журналист Сергей Невский (Ильченко) на записи передачи  
«Мужские истории»

#### 4.10. Журналист на «военном» объекте

**Павел Горошков** — корреспондент газеты «Санкт-Петербургский курьер» и сотрудник Агентства журналистских расследований (Санкт-Петербург). Вспомнился такой случай. В бытность мою корреспондентом АЖУРа (Агентства журналистских расследований) однажды я, освещая ход осеннего призыва — 2006, совершенно случайно стал виновником неполучения нашей доблестной российской армией одного очень энергичного бойца.

Было это, как уже говорилось, в осенний призыв 2006 г. Поводился я с целью сбора эмпирики с периодичностью примерно раз-два в неделю посещать военкоматы разных районов Петербурга. Условия в этих вылазках были, можно сказать, приближенными к боевым, так как сотрудникам военкоматов, явно не заинтересованным в успехе моих включенных наблюдений, каждый раз приходил в голову один и тот же вопрос: а не годен ли этот нахальный тип к военной службе? К счастью, аспирантское удостоверение всегда было под рукой, и вместо того, чтобы содействовать мне в проникновении в святая святых военного комиссариата (как это происходило со всеми парнями 18–27 лет), служители Марса начинали мне в этом по мере сил препятствовать.

Именно таким образом все случилось в Красногвардейском военкомате, до которого очередь дошла уже в середине декабря: удостоверившись, что мобилизовать не в меру любопытного журналиста не представляется возможным, офицеры захлопнули передо мной входную дверь учреждения. Этой двери, кстати, следует уделить особое

внимание: в вопросе локализации и удержания призывников она выгодно выделяет Красногвардейский военный комиссариат из ряда его собратьев. Дело в том, что в преддверии осеннего призыва — 2006 деревянная дверь была заменена на железную, оснащенную магнитным замком, который открывается только при нажатии кнопки вахтером на проходной. Разумеется, процент покинувших это заведение самовольно в результате столь дальновидного поступка красногвардейского военкома был сведен практически к нулю. А исключения (без которых не проходит ни одного достоверного статистического исследования) составляют трое парней, двое из которых выпрыгнули ночью из окон третьего этажа и были госпитализированы. Что касается третьего, то...

Впрочем, вернемся к тому моменту, когда я оказался перед закрытой железной дверью, и в итоге повествование дойдет и до третьего исключения. Вместе со мной у этой самой двери оказались несколько женщин и девушек. Это были матери и сестры троих ребят, которые вошли в военкомат утром. Их тоже не пускали внутрь ни при каких обстоятельствах: даже когда им удавалось войти, подхватив дверь за выходящим человеком, у турникета их встречал бдительный офицер и в не самых лестных выражениях убеждал их покинуть «военный объект». Я спросил, не хотят ли матери попытаться войти внутрь еще раз в присутствии прессы, чтобы получить хоть какое-то объяснение тому, что родителей не пускают к детям. Женщины с воодушевлением согласились. Одна из них поймала за очередным вышедшим дверь, и мы подошли к турникету. Офицер — рослый молодой мужчина с капитанскими погонами — вразвалочку двинулся нам навстречу.

Диалог с ним сводился к тому, что он все настойчивее требовал от корреспондента покинуть «военный объект». Попытки донести до его сведения, что призывной пункт является административным объектом, на который доступ гражданским должен быть открыт, его только разъяряли. А продемонстрированная ему выдержка из закона «О СМИ», гласящая о праве журналиста «искать, запрашивать, получать» информацию, «посещать государственные органы», а также «быть принятым должностными лицами в связи с запросом информации» просто вывела его из себя. «Я сейчас вызову группу задержания!» — закричал офицер, раскрыв нараспашку дверь и стал яростно показывать пальцем в сторону улицы: «Вон отсюда!». В общем, пока мы с ним общались на тему направления моих шагов, в глубине военкомата послышались крики, а затем через турникет буквально промчался крепкого телосложения молодой человек. Оттолкнув без лишних

церемоний в сторону уважаемого капитана (который все это время продолжал держать магнитную дверь в открытом состоянии), парень со всех ног помчался на улицу. Поверженный офицер вскочил и рванул следом, позабыв про меня. Почти сразу из-за турникета выбежал громко матерящийся тощий и долговязый милиционер, который тоже помчался по следам беглеца. Впрочем, юноша, похоже, от армии ускользнул: через несколько минут и военный, и милицейский чины вернулись к двери. «Это все он! — яростно произнес офицер, нажимая на кнопку звонка. — Была бы дверь закрыта, не убежал бы...»

Вот таким образом мне довелось невольно увеличить статистику успешных побегов из Красногвардейского военкомата практически в полтора раза: с двух до трех.



Павел Горошков — корреспондент Агентства журналистских расследований на задании

#### 4.11. «Свободное ухо», или «Профессиональная жилетка»

**Вольнская Ирина Александровна** — студентка 3 курса факультета журналистики СПбГУ, специализируется по кафедре радио и телевидения. Любопытство, возведенное в абсолют, экстремальная степень сочувствия и болезненное желание помочь всем и каждому — эти, казалось бы, абсурдные качества не раз играли на руку пылливому журналисту. Современный динамизм обернулся суетой сует, стирающей индивидуальности, поселяющей в наших сердцах одиночество. Клоун — человек с грустным лицом, маска героя нашего времени.

Картина дня... За окном промозглая сырость, и на душе как-то слякотно, ядовито. Так хочется быть не просто выслушанным, но и услышанным. Знакомые чувства, не правда ли? Ощутив весь букет

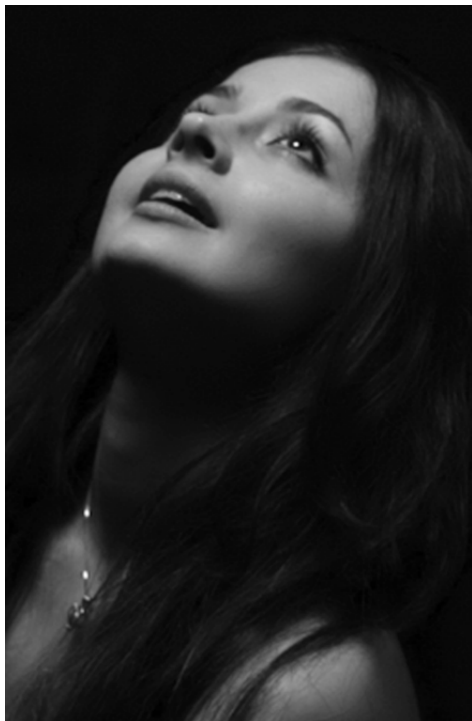
уязвимостей, вы сможете понять, на каких сердечных нотах стоит импровизировать акуле пера. Помните, фальшь прозрачна, она отталкивает собеседника, как одноименно заряженный магнит. Только искреннее сопереживание расположит интервьюера на распахнутое доверие.

Синдром попутчика — популярное словосочетание, но я его назову душевным феноменом. Момент откровения в чуждой, непривычной среде, способность обнажить душу, доверить сокровенное первому встречному, малознакомому человеку, попутчику. Профессиональный журналист должен интуитивно чувствовать приближение бури наблевшего, острого желания разделить задушевное. Тогда связующая нить эмпатии поможет по зернышку, а возможно, и лавинным потоком получить необходимую информацию и даже больше.

Сочные плоды этого феномена я вкусила в одной из командировок. Редакция N меня отправила на спецзадание в Старую Ладугу. Я писала материал из рубрики «Маршрут выходного дня», в котором должна была подробно рассказать всю полезную информацию, именуемую в нашей газете «полезнухой», ответить на все обстоятельные вопросы, которые могут возникнуть у любознательного читателя: «Где? Когда? Куда? Откуда? Почему? Зачем? Как?» и насущное «Сколько?». Но голые факты — продукт несъедобный. Материал должен дышать атмосферой города. А где ее, родную, заполучишь? У местных жителей, хранителей многовекового исторического сознания. В народе таится душа отчего края. Поездка была щедра на общение. В транспорте, на автобусных остановках, в магазинах и местных гостиницах. Куда бы меня ни завел мой маршрут, я встречала удивительных людей с непохожими судьбами. Эти сутки я работала «свободным ухом». Я внимала, внимала, внимала... Со мною делились настроением, семейными неурядицами, детскими страхами. Рассказывали обо всем. Попутчик из автобуса поведал о череде личных несчастий и детских мечтах, пассажир электрички пожаловался на жизнь, сосватал сыновей, пригласил в гости, оставив свой адрес, телефон и симпатию. Мне не приходилось выуживать информацию, насиловать собеседника, терроризируя его личное пространство. Люди охотно шли на контакт. Моей провокацией мог послужить лишь взгляд, внушающий доверие, взгляд человека, который не осудит, поймет. Простого взгляда иногда было достаточно, чтобы нужный персонаж сам подошел, подсел, заговорил и при этом искренне оставался уверенным, что общение инициировал именно он. Но главным

моментом остается равнодушие. Каждый человек, каждая история мне были интересны. Я пропускала через себя каждую эмоцию рассказчика, ощущала все его боли и радости, как собственные.

Материал удался, а опыт остался бесценным...



Студентка факультета журналистики Ирина Волынская

## 4.12. Моя первая практика в журналистике

**Нарышкина Ольга** — студентка 3 курса факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета.

Моя первая практика в журналистике проходила в газете «Зооинфо». Я предполагала, что мне придется посвятить свое лето животным. Но чтобы настолько!

Когда редактор газеты привела меня на конференцию и пообещала с кем-нибудь познакомить, я не имела никакого представления о том, кто это будет. Моя подготовленность была практически равна нулю.

Поэтому в какой-то степени рада, что мой собеседник взял на себя инициативу и первым начал разговор. Им оказался бывший ректор Санкт-Петербургской ветеринарной академии — известный ученый в области оплодотворения крупного рогатого скота. Все мои попытки свернуть тему с «вымывания эмбрионов» на что-то более интересное для обычных клиентов зоомагазинов (где и распространяется газета) не увенчались успехом. Тогда я поняла, что нужно вооружиться терпением. Действительно, минут через сорок профессор, видимо, утомился. Вот тогда инициативу я взяла на себя и разузнала о его военном детстве, преподавательских уловках и интересных историях из жизни.

## 4.13. Как я о психах писал и собирал осколки иллюминатора

**Королев Егор** — член Союза журналистов России, выпускник факультета журналистики Волгоградского государственного университета, магистрант факультета журналистики СПбГУ, корреспондент областной газеты «Волгоградская правда» (2004–2006), корреспондент еженедельника «Санкт-Петербургский Курьер», редактор информационного проекта «Политграмота». Не будь этой истории уже несколько лет и не будь я в момент ее развития студентом-первокурсником, никогда бы не решился рассказать. Потому что стыдно. Потому что больше так не работаю. На ошибках учатся. Теперь это вспоминается лишь с улыбкой...

Первокурсникам факультета журналистики Волгоградского государственного университета задали написать репортаж с территории психиатрической больницы, расположенной недалеко от университета. Надо заметить, что рядом с университетом были только психушка и кардиоцентр. Мы даже шутили, что после окончания учебы — куда-нибудь в одно из этих мест и отправимся. Но отправились раньше. Наша группа дружно прошествовала по открытой территории психиатрической больницы (потом у каждого было упоминание про сушившиеся на улице желтые простыни), а я загорелся взять интервью у главного врача. Звали его Эльдар Ахмедов. Надо отдать ему должное — на интервью он согласился с легкостью. Это было мое первое «большое», «солидное» интервью. И вот я в кабинете у главврача. Тогда еще подумалось — «какой шикарный огромный кабинет, палаты больных, наверное, меньше» (сказывалась будущая любовь к критике). Но долго не думалось.

— Я вас слушаю. Что вы хотите узнать? — спросил меня, словно пациента, Эльдар Ахмедов.

Повисла долгая пауза. В моей голове пронеслась мысль: «А не зря ли я выбрал журфак», потом пронеслось что-то про наполеонов и я выпалил:

— А наполеоны у вас есть?..

Даже не видя реакцию строгого врача в шикарном кресле, я понял — надо уходить.

— Вы зачем пришли? Вы совершенно не подготовлены!..

Факультет журналистики я решил не бросать и совершил вторую ошибку — засел за книги о психиатрии. Было интересно, я вчитывался, углублялся в тему, и мне становилось интересно.

— Может ли эндогенная депрессия привести к тому, что человек станет психически больным?..

Эльдар Ахмедов был счастлив, и мы с ним разговорились об эндогенной депрессии.

— Что вы думаете по поводу того, что многие представляют психиатрию системой подавления личности, в которой проявление индивидуальности рассматривается как аномалия?..

Сейчас бы я посмеялся над студентом, который может задать такой вопрос. Но тогда я был на высоте. Интервью получилось большим. Очень большим. Я его долго и нудно расшифровывал, а потом долго и нудно предлагал в две газеты. В газетах мне ничего не объяснили, но печатать текст отказались. Не сразу я понял, в чем беда. И была у меня даже эндогенная депрессия. К моему великому удовольствию, вот уже три года нет ни одного текста, за который было бы стыдно. Или над которым можно посмеяться.

Зато есть один текст, который до сих пор считаю своим лучшим материалом. Помогла удача, помогло само событие. Редакция «Волгоградской правды» послала меня на репортаж в Орловскую область, где устанавливали обелиск жертвам авиакатастрофы. Из всех журнальных мне единственному удалось поговорить с родственницей погибшего и сделать не слезливый, а честный и острый материал, после которого читатели меня благодарили неделю. Поговорить удалось случайно. Во время панихиды женщина собирала с земли осколки стекла, я ей стал помогать.

— Что это за стекло?

— Осколки иллюминатора...

Она сама стала рассказывать о погибшем брате — штурмане самолета.



— А у вас кто погиб? — после этого вопроса я думал, что от меня отвернутся.

Но я объяснил. Убедил. Искренне сопереживал. И женщина рассказала мне такое, что пришлось потом долго думать — ставить ли на полосу сказанное. На полосу не пошло и половины. И без этой половины оказалось возможным описать все горе моей героини. Повезло? Еще как повезло! Смог разговорить, убедить в том, что не все журналисты — циники? Смог. «Комсомолка» вышла тогда с рассказом о трупах после авиакатастрофы. «Волгоградская правда» вышла с моей передовицей. Ничего из написанного мною я не прочитываю с таким удовольствием и одновременно болью.

Я люблю свою профессию за постоянную смену тем и героев, за то, что все время приходится учиться общаться с людьми. Учиться этому можно, кажется, вечно. Эндогенная депрессия, кстати, — это плохое настроение. Чего вам не желаю!



Егор Королев — корреспондент газеты «Дело»

#### **4.14. «Слушатель всегда прав, он всегда хороший, любимый»**

**Зайцев Андрей Юрьевич.** Род занятий: ведущий программы по заявкам «Народный хит» на «Авторadio-Петербург», незримый сурдопереводчик выпусков новостей, по совместительству — актер в театре Комедии имени Акимова.

Семейное положение: двигается строго по прямой. В хождениях налево замечен не был. Женат.

Особые навыки: дарит людям хорошее настроение. Подпеваает артистам (за рамками эфира).

Хобби: собирает экспонаты для семейного музея. Пока в коллекции две пары плюшевых заячьих ушей, подаренных ему на свадьбу коллегами. Ожидается пополнение в виде шерстяной морковки.

Концерт по заявкам на музыкальной станции — это одна из тех уникальных возможностей, когда можно в прямом эфире пообщаться с любимыми радиослушателями. И не без скромности скажу, что к ведению таких программ допускаются диджеи, которые не первый год работают на радиостанции. Здесь необходимо не только быстро и четко находить нужную музыкальную композицию, которую попросил поставить радиослушатель, но и уметь в прямом эфире гладко и лаконично общаться со слушателем. Ведь вся прелесть прямого эфира — в его непредсказуемости. Тем более, чаще не знаешь, какой неожиданный вопрос задаст или какую просьбу попросит выполнить радиослушатель. А так как это прямой эфир, надо еще и умело выкрутиться из сложившейся ситуации. Как это получилось у меня — судите сами.

Однажды во время программы ко мне дозвонилась женщина, с очень приятным голосом, надо отметить. Предварительно, как и положено, мы с ней договорились о той песне, которую она заказывает, я вывожу ее на пульт, доигрывает предыдущая композиция, и вот я говорю: «Алло, здравствуйте...».

И что бы вы думали, о чем она стала говорить? Барышня стала признаваться мне в любви.

Необычная ситуация для прямого эфира, и уж тем более не для остальных ушей. Скажу честно, было очень приятно, лестно, но надо ей что-то ответить.

Я ни в коем случае не имел права перевести тему разговора или вообще вывести ее из эфира. Оставалось превратить все в милую шутку, сравнив свое лицо в данный момент с красным свитером, который был на мне. Выразил сожаление, что сейчас не могу видеть лицо этой женщины. Но, может быть, композиция, которая сейчас прозвучит, все скажет за меня. В итоге барышня осталась довольна, остальные тоже, а я в свою очередь не вышел за рамки, установленные радиостанцией.

Конечно, только после эфира понимаешь, в чем была твоя ошибка. Надо было сразу, еще до того, как вывести женщину в эфир, обговорить, что можно, а что нельзя говорить. Но ведь все просчитать нельзя, да и сам я на какое-то время стал не просто ведущим, а другом,

с которым можно поболтать. Разумеется, на каждый роток не накинешь платок, но в подобных случаях платочек надо иметь при себе для каждого, и не один. Здесь и кроется для всех неуволимый профессионализм.

Чтобы не попадать в такие ситуации, а если попал, то умело из них выкручиваться, необходимо всегда помнить, что главное — это радиослушатель. Он — всегда друг, собеседник или, если хотите, коллега. Слушатель всегда прав, он всегда хороший, любимый, в конце концов, без него не было бы моей программы.

И вот что надо знать любому ведущему на радио. Залог успеха — это хорошее настроение. Если оно есть — эфир удастся. Диджей просто не имеет права на плохое настроение. Ведь главная функция современного радио — развлекательная.

Такую атмосферу и должен привнести в эфир человек, который берет на себя смелость быть ведущим на радио.

## 4.15. Мир, не спасенный красотой

**Охонская Мария** — студентка 3 курса факультета журналистики СПбГУ. Не так давно я делала первую серьезную работу для телевидения — снимала сюжет для программы «Интерфорум». Первая эфирная работа, где я в кадре, — и сразу такая ответственность: специальный репортаж, который должен задать тему всей передачи. Волновалась жутко, волосы на бигуди завивала, потом рассказывала зеркалу стендапы и задавала каверзные вопросы.

Выпуск передачи был посвящен красоте, и снимать решили в Академии художеств (где, если не там, знают о прекрасном все?!). Потрясающие живые интерьеры, юные художники с одухотворенными лицами, абитуриентки с планшетками на складных табуреточках, модели в старомодных, как сейчас говорят, винтажных, платьях, — античные музы, — все они словно живут в узких коридорах Академии. Здесь — и воздух, и стены пропитаны творчеством, все настраивает на отличную работу.

Пообщавшись с некоторыми студентами, я разыскала преподавателя кафедры живописи, чтобы взять у него интервью. Мы говорили с ним о стандартах красоты, об Академической школе и вневременных идеалах. И вот в завершение разговора я задала ключевой и, как мне казалось, логический вопрос: сможет ли красота спасти мир? И вопреки всем моим ожиданиям, Никита Петрович Фомин заговорил не об истинной красоте, красоте — от Бога (как у Достоевского),

которой суждено стать единственной спасительной силой, а, напротив, пустился в пространные рассуждения, которые сводились к тому, что «фразе уже 200 лет», а пока красота не спасает, и что вряд ли когда-нибудь спасет. В подтверждение тезиса он стал приводить много фактов, явлений, событий... Я была разочарована — художник, творец (чтобы это понять, не обязательно говорить с ним — Никита Петрович относится к такому типу людей, чья избранность сразу видна в толпе), и он — не верит в красоту! Во всяком случае, в спасение красотой...

Передо мной усталый человек. Просто человек, который долго жил и видел эту жизнь, видел много и видел разное, а значит, имеет право об этом говорить и в это верить.

Это разрушило мою убежденность в том, что люди абсолютного творчества живут в своих красивых мирах. Все мы сосуществуем рядышком, влияем друг на друга, получаем опыт, разговариваем. Уходим с головой в любимое дело или нехотя высидиваем нелюбимую работу, а потом возвращаемся в наш общий мир, в котором действительно много красоты. Но она почему-то не спасает...

Сюжет был смазан.

## **4.16. «Коллега»**

**Устюменко Александра** — студентка 3 курса факультета журналистики СПбГУ.

Когда я проходила летнюю практику в ИТАР-ТАСС, в мои обязанности входило посещение пресс-конференций, которые проходили в здании информагентства, и написание отчетов с мероприятия. Очередная пресс-конференция была посвящена Зощенко и Ахматовой. Среди организаторов были представители музеев — писатели, поэты, литературоведы. Журналистов было человек пять, включая меня. На самом последнем ряду сидел внушительных размеров мужчина, который нервно постукивал карандашом по столу. Организаторы долго рассказывали о Зощенко, Ахматовой, какие они были замечательные, талантливые и как несправедливо с ними обошлось советское правительство. В какой-то момент очередного восхваления Ахматовой мужчина, сидящий среди всех, начал кричать, что поэтесса была плохой (это его точные слова, что она продавалась врагам СССР и т. д.). Естественно, в зале поднялся шум, несколько минут организаторы пресс-конференции и неопознанный мужчина спорили, а потом пришел охранник

и попросил последнего покинуть здание. Мужчина в ответ крикнул: «Да вы знаете, кто я? Я, между прочим, заканчивал журфак СПбГУ!».

Мне захотелось провалиться сквозь землю. Дело было даже не в том, что он выпускник факультета, а в том, что люди совсем забыли о правилах приличия и этике, что для журналистов, на мой взгляд, недопустимо. Все-таки люди, которые служат обществу, должна понимать, что хорошие манеры должны прививаться не только родителями, но и СМИ, поэтому и вести себя журналисты должны соответственно.

## 4.17. Надо ли разговаривать с охраной президента



**Гончаренко Марина Васильевна** — заместитель главного редактора петербургского журнала «ГОРОД»; заместитель главного редактора журнала «Massmedia XXI века», преподаватель факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета.

Старики легендарной теперь «Смены» 1980-х учили новичков всегда следовать простой профессиональной заповеди, а именно — не лукавить с героем материала. Если дал слово перезвонить, завизировать, уточнить, не оправдывайся потом срочной работой в номер, а сделай то, что обещал. Ведь герой интервью или зарисовки испытывает настоящий страх перед завтрашним утром. Подойдет он к киоску, купит свежий номер, а потом вовек не открепит от глупостей, которые там про него или от его имени написаны журналистом. Казалось это сначала очень назидательным, вроде как «мойте руки перед едой». Но ремесло состоит в освоении аксиом. Это потом понимаешь, что на них профессия держится. Потому что если вы с героем мате-

риала расстались, что называется, при взаимном уважении, то, значит, в другой раз, когда припечет, когда нужна будет информация, телефон, фамилия и не у кого взять, ваш прошлый визави всегда пойдет навстречу.

Он никогда не откажется дать комментарий по проблеме, охотно назовет других экспертов, он позвонит вам с интересной новостью. Даже через год может позвонить: «Вы меня помните?». Короче, ваши труды в начале, когда вы уламываете капризного или вселяете уверенность в трусоватого собеседника, который так и норовит вычеркнуть при визировании интервью лучшие факты, окупятся сторицей. Герой превратится в вашего личного ньюсмейкера, а вы со временем обрратете гигантской вертикально-горизонтальной сетью знакомств в самых разных сферах жизни города. Одно это позволит журналисту иметь громадное преимущество перед менее опытными коллегами, ведь у вас всегда будет возможность узнать эксклюзивные подробности по домашнему или мобильному телефону. Это вам не пресс-релизы переписывать.

Во всяком случае, так и получилось однажды, когда в редакцию позвонил образованнейший и интеллигентнейший отец Андрей Чижов, преподаватель Петербургской духовной академии, с которым до этого несколько месяцев назад мы делали интервью. Он спросил, будет ли мне интересно завтра оказаться на острове Валаам, где произойдет встреча президента Ельцина и патриарха всея Руси Алексия II, на которой должен решиться вопрос о передаче острова Русской православной церкви. Есть одно место на паломническом теплоходе, почти заговорщицким шепотом сказал отец Андрей, отплытие через четыре часа. Вот вам и аксиома! Простое стечение обстоятельств — Чижов был назначен формировать список петербургской прессы на теплоход, а редакция моей оппозиционной газеты «Час пик», родившейся на волне перестройки, вовсе не входила в пул, с которым привычно работала епархия. Если бы не доверие героя прежнего интервью, вряд ли состоялся звонок. И второе. О встрече на Валааме не знал никто.

Зато когда ранним утром монастырский теплоходик причалил к острову, выяснилось, что никто не ждет журналистский десант. Патриарх и духовенство уехали на машинах, нам же, числом десять человек, предстояло пройти несколько километров пешком. Надо отдать должное компании — здесь были почти все питерские мэтры. Они снисходительно посматривали на двух барышень, меня и Ильмиру Степанову из «Вечерки», которые неведомыми путями оказа-

лись среди репортеров. Мало того — в мужском монастыре... Куда ни пойдешь — «Наденьте платок!» или «Без юбки нельзя!» Можно подумать, было время собраться в дорогу.

Честно говоря, тот день запомнился как бесконечное ожидание на жаре, от которой вылиняло до белизны к полудню небо. Мы сидели в траве у самого входа в монастырь под старыми деревьями, там, где обрыв к Ладоге и начинается лестница из валунов какого-то библейского возраста. Служба в соборе давно закончилась, на тесном монастырском дворе — ни души. Вот корявый мужичок взобрался на крышу дома вдалеке и пытается укрепить на шесте российский триколор. Но флаг перестроечной страны так непривычен, что мужичок закрепляет его как французский — вверх ногами, и, не замечая этого, сползает вниз. Вот вышли, поджав губы, старушки-паломницы с корзинками, оказывается, они с утра собирали где-то в лесу цветы. Ни слова не говоря и не смотря в нашу сторону, они разбрасывают цветочки на тропинку, которая идет от лестницы к монастырю. Через два часа жары лютики превращаются в гербарий. А Ельцина все нет. Собственно, вчера телевидение показывало сюжет о его визите в страны Европы, последней была Финляндия.

Каждый из нас, наверное, раз пять уже таскался по солнцу к противоположным воротам в облезлой кирпичной монастырской ограде. Там поле — огромное, ровное и утоптанное, как плац. Сказали — ждите. А чего ждать посреди поля?

И вдруг... Честное слово, вдруг откуда-то из-за леса выехало несколько военных грузовиков, посыпались солдаты. И через сорок минут гигантский плац был затянут зелеными сетками и радиолокационными антеннами, похожими на перетянутые ажурные параболы. И треск вертолета. К нам летел тот, кому такая связь могла понадобиться.

Уже до этого каждому из журналистов было ясно — никто ничего нам объяснять и «работать с прессой» не собирается. Да и не было тогда отлаженной системы PR-службы. Вот патриарх в окружении иерархов, вот смертельно усталый и расстроенный Ельцин в кольце охранников, вот двенадцать монахов, которые растворяются при нашем приближении. Способ сбора информации один — как у телекамеры — визуальная фиксация происходящего.

Президент и патриарх вошли в трапезную, двери закрылись и открылись только к вечеру. Охрана сообщила — президент выступит завтра перед населением острова, а наш теплоход отплывает сегодня вечером. «А следующий?» Следующий теплоход будет через несколько дней.

Пока мы всей журналистской братией тащились пешком до причала, было время подумать. Все — из ежедневных газет, утром будем в городе, днем уже придет «тассовка», видели все одно и то же. Как говорится, выше пояса не прыгнешь...

Но есть в репортерской журналистике такое право — «сойти с тропы». Казалось невероятно обидным вот так взять и уплыть с острова несолоно хлебавши. Больше всех возмущались мы со Степановой. Но мэтры поглядывали на нас снисходительно, примерно как днем, когда мы пытались атаковать охранников президента, жарившихся у стен трапезной вместе с нами. И про тиражи своих газет рассказывали, и знакомством с мэром Собчаком похвалялись, и откровенно кокетничали, пытаясь выспросить планы их шефа. Все было напрасно — охранники улыбались, тоже кокетничали, но ничего не рассказали.

На причал въехала машина, из нее вышел Ельцин с Наиной Иосифовной, погрузились на катер, и он отвалил в сторону серой тени военного сторожевика, маячившего неподалеку. Одна только Ильмира Степанова, надо полагать от отчаяния, сумела подбежать к катеру и прокричать гениальный по наивности вопрос: «Борис Николаевич, вы какую песню любите?». Тот искренно попытался запеть и... зря.

Коллеги тихо чертыхнулись и стали подниматься на борт теплохода. Мы со Степановой забрали свои вещи, вышли на причал. Бес азарта, который в журналистской профессии силен, толкал нас в спину. Совсем уже стемнело. Где ночевать? Как мы отсюда выбираться будем? И стоит ли завтрашний призрачный эксклюзив всех тех неудобств, которые предстоят. Да просто — не сторит ли он в пепел, этот эксклюзив, пока мы будем до редакций еще неделю плыть? Мэтры курили на палубе молча. Действительно, в деле каждый решает за себя.

Прошла уйма лет, а кажется, что все еще помню озноб от ночной прохлады, упрямо стиснутые зубы. И уверенность, что, если останусь — напишу текст, о котором журналист может только мечтать. Голос внутри шептал, что не простая это встреча, что мы по случаю оказались там, откуда берет начало что-то важное, целая новая эпоха отношений государства и Церкви, а в «тассовке» никто и никогда про такое не сообщит.

Тем, кто любит козырять рисковостью профессии журналиста, не грех напомнить, что наше дело без здравого смысла существовать не может. И зрешных авантюр не терпит. Но фактор интуиции, конечно, со счетов сбросить невозможно. Это ощущение трудно поддается определению, но ситуацию, когда именно интуиция оказывается силь-



нее всех остальных доводов и резонов, может вспомнить практически каждый профессионал.

И мы со Степановой не ошиблись. Не успел еще отойти теплоход в Петербург, как на причале оказались военные моряки и сообщили, что охрана президента, на завоевание которой ушло столько сил днем, предлагает нам переночевать на одном из кораблей Ладожской военной флотилии, которая, оказывается, уже неделю болтается у Валаама для обеспечения безопасности Бориса Ельцина. А утром, когда нас доставили в монастырь, мы увидели своими глазами и встречу президента с местным населением, узнали о его решении отдать Церкви остров. Но главное — в свите сопровождающих бродили по Валааму за Ельциным и патриархом, которые обсуждали планы возрождения обители. Вдруг стало ясно, что оба они — ровесники. Что у каждого — огромные планы. В Ельцине проснулся строитель, он вдохновенно обсуждал новое строительство, реставрацию, и совсем не был похож на себя вчерашнего. Он снова стал похож на человека, в которого однажды влюбилась страна — огромного, решительного, упрямого, мыслящего.

Стоит ли говорить, что когда мы наконец добрались до местной поселковой столовки, то мгновенно познакомились с капитаном баржи, которая вечером уходила в Питер.

Фарт, скажете вы, и я соглашусь. Мы со Степановой вернулись и написали по отличному тексту. Но та местная командировка на Валаам еще не раз вспоминалась, поскольку на следующий год весной президент Ельцин впервые появился на пасхальной службе. Это потрясло многих в стране. Но кое-кто об этом думал еще на острове в Ладожском озере.

---

---

## Заключение

---

---

Чтобы управлять событиями, уже недостаточно управлять поведением людей. Сегодня необходимо управлять тем, что люди думают и чувствуют, формировать общественное мнение и настроение.

*Алешина И.*

Вы закончили изучение материала по теме: «Психология общения в труде журналиста», познакомились с психологическими основами эффективного взаимодействия и управления людьми с учетом их психологических особенностей. Надеемся, что вы получили представление о том, как налаживать контакт с собеседником — источником информации; приобрели навыки преодоления барьеров психологического общения, умения адаптироваться к разным условиям коммуникации, принимать при сборе информации быстрые и точные решения. Общение теперь для вас приобрело практический смысл.

Надеемся также на то, что вы освоили некоторые способы организации профессионального общения, овладели некоторыми эффективными методиками завоевания аудитории. Наши рекомендации, возможно, помогут вам лучше познать не только людей в конкретных ситуациях общения, но и самих себя, сделать ваше творчество более продуктивным. Владение набором психотехнологий, основанных на нравственном и чутком отношении к людям — героям ваших будущих журналистских произведений, — залог вашего профессионального успеха. Как вы поняли, многое в профессиональном общении определяется обстоятельствами и удачей, поэтому в каждом случае решайте сами, насколько вам подходят описанные в книге приемы.

## **Приложение 1**

### **10 правил поведения журналистов на пресс-конференции**

1. Собрать основную информацию по теме до пресс-конференции.
2. Вечные вопросы к себе: почему, с какими намерениями они проводят конференцию? Почему они это сказали? Что умалчивают?
3. Для них я инструмент. Нужно быть начеку, не поддаваться лести.
4. У кого можно потом оперативно справиться по той теме?
5. Спрашивать, подлавливать, доставать.
6. Вскрыть несогласованность фактов, излагаемых докладчиками, не информировать, найти противоречия в высказываниях.
7. Сравнить нынешнюю фактуру с ранее опубликованной или высказанной.
8. Четко подготовиться к письму: аудиторная запись, снимки, документы.
9. Различать видимость и действительность. Не позволять себя ослепить.
10. Быть смелым в вопросе. (Остаться независимым // Журналист. 2003. №2. С.74).

## **Приложение 2**

### **Техника безопасности работы с журналистами**

#### **Опыт инструкции для ньюсмейкеров**

Во время встречи, разговора, интервью с журналистами полезно:

1. Идентифицировать его как журналиста, убедиться в том, что имя-рек действительно представляет конкретно существующее средство массовой информации.
2. Не расслабляться, особенно в конце беседы, когда неосторожно можно проговориться о важном, отнюдь не желательном для опубликования.

3. Предварительно научиться грамотно и ясно излагать правильным русским языком свои мысли, поскольку неверное ударение, исковерканные от незнания терминов, отсутствие согласования слов в произносимых предложениях, несовпадение падежей могут вызывать соответствующие реакции и оценки в материалах журналистов.
4. Действовать по принципу перевернутой пирамиды, отвечая на вопросы, т. е. начинать с главного, переходя затем к деталям по мере убывания значимости.
5. Отвечать на прямые вопросы, не уклоняясь, отсутствие комментария интервьюируемого дает простор для воображения, что отнюдь не всегда благо. К тому же репортер может обратиться к другому источнику, и молчание первого будет истолковано как попытка утаить информацию от общественности. Если вопрос окажется чересчур пристрастным или несправедливым, можно сказать об этом интервьюеру... Важное правило техники безопасности в работе с журналистами: не замалчивай, не скрывай информацию, поскольку свершившееся событие может вызвать значительно больший общественный резонанс, когда сведения о нем журналисты получают из других источников, но комментарии последуют более жесткие.
6. Помнить, что журналист интервьюирует не только для того, чтобы получить ответы на свои вопросы, но и для наблюдения за вашими привычками, особенностями мимики, жестикуляцией, настроением. Впоследствии эти детали, скорее всего, будут обыграны в тексте, что не всегда может понравиться интервьюируемому.
7. Сказать о том, что вы не знаете точного ответа на поставленный вопрос, но при этом пообещать, что такая информация будет предоставлена позднее. Выполненное обещание при этом — всегда продуктивно для взаимопонимания.
8. Не спорить с интервьюером, даже если у вас есть сильные аргументы, вы можете проиграть в перспективе. Просто улучшите возможность повторить свою точку зрения.
9. Не позволять журналисту подсказывать вам желательные ему или ей ответы; если это происходит, то подчеркнуть: «Это вы так сказали, а не я...».
10. Избегать предупреждения журналистов о том, что разговор или часть его — «не для печати». Все, что скрывается, представляет ог-

ромный профессиональный интерес для репортеров, редкий из них удержится от соблазна опубликовать полученную информацию. К тому же многие работники масс-медиа — сторонники жесткой позиции по отношению к собеседнику: «Он знал, что перед ним — журналист, поскольку я представился, предъявил удостоверение, так что пусть думает, что говорит, — это уже его проблемы».

11. Развивать в разговоре тему не с точки зрения организации, которую вы представляете, а с позиции общественного интереса. В противном случае отсутствие упреков по части «защиты чести мундира» в ваш адрес не гарантируется;
12. Договаривать все, что вы хотите сказать; если вы считаете, что ваша точка зрения нуждается в пояснении, делайте это.
13. Быть осторожным в использовании хлестких выражений, это всегда нравится журналистам. Не приклеивать журналистам ярлыки, что граничит с оскорблением. Лучший способ — говорить по делу; если не нравится газета или программа, то сказать конкретно, чем и почему.
14. Особо важную информацию или заявления хорошенько продумать и, может быть, заучить.
15. Не угрожать журналисту.
16. В некоторых вопросах, о которых пишут и снимают, журналисты бывают малокомпетентными, это обстоятельство не есть основание уничтожить интервьюера намеками на его неподготовленность или тупость: «Надеюсь, вы сумеете за полчаса понять, что я буду говорить...». Не исключено, что в тексте газетной публикации «сдача» будет возвращена таким образом: «Известный своим снобизмом и невоспитанностью имярек сказал...».
17. Иметь в виду: текст разговора с журналистом будет выправлен и отредактирован по усмотрению редакции. Работников редакции заботит не только содержание разговора, но и форма его подачи, поэтому от вынесения дополнительных слов и фраз в заголовки, или «вреза», не следует раздражаться, как, впрочем, и от того, что из продолжительного разговора взята лишь незначительная его часть. В большинстве случаев журналист приходит к собеседнику не для того, чтобы поместить в газете ответы на его вопросы в жанре интервью, а за мнением или комментарием «по поводу».

*(Лозовский Б. Журналистика: техника безопасности. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. С. 25–35.)*

## Приложение 3

### «Защите себя»

#### Практические рекомендации для журналистов

Энн Нельсон (Anne Nelson, Columbia Graduate School of Journalism), д-р Дэниел Нельсон (Daniel Nelson, M.D., University of Cincinnati).

Журналисты, столкнувшиеся с катастрофой, могут ощутить на себе симптомы первичной травмы, подобные тем, что испытывает человек, переживший бедствие, ставший их свидетелем или потерявший близкого человека. Но даже те из журналистов, кто всего лишь освещает трагедии, без своевременно оказанной психологической поддержки часто испытывают то, что врачи называют вторичной, или замещающей, травмой, при которой человек принимает на себя часть боли и горя, с которыми сталкивается в ходе своей работы.

#### Стресс

На начальном этапе освещения бедствий многие журналисты ощущают прилив энергии — их мозг выбрасывает в организм гормоны стресса и адреналин. Они полностью фокусируются на своей задаче и толкают себя за пределы своих обычных возможностей (прочие мотивы, как, скажем, оплата счетов или обеспечение семьи, могут при этом отходить на задний план). По прошествии нескольких дней — длительность варьируется у людей — адреналиновые железы истощаются. Это зачастую приводит к резкому энергетическому спаду и ощущению легкой депрессии, как правило, временной. Этот процесс связан с тем, что психиатры называют «острой стрессовой реакцией». Симптомы могут включать в себя ночные кошмары, потение, бессоницу и отсутствие аппетита. Другой распространенный симптом — «флэшбэк» — навязчивое прокручивание травматического опыта перед внутренним взором. Некоторые люди испытывают эффект испуга, когда неожиданный шум вызывает ответную реакцию. Как правило, эти симптомы носят временный характер и не рассматриваются как признаки более глубокого заболевания. Их тяжесть обычно зависит от того, насколько близко к эпицентру событий находился человек — чем ближе, тем ярче выражена реакция. Лица или семьи, и ранее имевшие психологические проблемы, могут обнаружить, что пережитые события еще больше их обострили. Среднесрочный эффект может выражаться в большей подверженности болезням, кожной

сыпи и других физических реакциях. Психические реакции могут проявляться в виде неспособности сосредоточиться, проблем с памятью, раздражительности и излишне критическом отношении к себе. Если вы не испытываете ничего из вышеописанного, замечательно. Если же ощущаете любой из подобных симптомов, помните, что это нормальная реакция на ненормальную ситуацию.

### **Что можно сделать**

Журналисты и их окружение могут смягчить некоторые из этих симптомов. Зачастую бывает нереально остановить первую «адреналиновую» фазу в самый разгар событий, но не мешает помнить, что она скоро закончится — часто до конца самих событий. Руководители СМИ должны это предвидеть даже относительно тех своих журналистов, кто, казалось бы, обладает «сверхчеловеческими» способностями, и загодя подготовить какую-то форму ротации. Среди приоритетов также должно быть создание благоприятной, поддерживающей атмосферы на работе. Журналистам не следует забывать о том, что большие дозы кофеина обостряют симптомы стресса и могут особо пагубно сказываться на памяти. Постарайтесь не увеличивать потребления кофе. Спиртное также следует употреблять осторожно, если употреблять вообще. Алкоголь действует в качестве депрессанта и способен усилить удар, когда тот случится. Он также понижает иммунный порог, увеличивая вероятность физических заболеваний, а его чрезмерное потребление повышает и риск обострения хронических заболеваний. Журналисты, у которых целыми днями нет времени, чтобы поесть, обнаружат, что с плохим метаболизмом удар будет сильнее. Если вы требуете от своего тела атлетических подвигов, относитесь к нему с заботой, достойной атлета, не забывая потреблять протеины и полезные углеводы. Ваш организм также должен получать витамины, особенно витамины В и Е. Диета, состоящая из кофе, пищевых суррогатов и алкоголя понизит вашу сопротивляемость и, рано или поздно, будет стоить вам потери рабочего времени. Если возможно, выделите в распорядке дня хотя бы немного времени для физических упражнений и спокойных размышлений. Если такой возможности нет, постарайтесь время от времени делать упражнения на растяжение и устраивать короткие перерывы в своей работе. Не стыдитесь своего стремления оторваться на некоторое время от действительности или увлечься юмором, если это не причиняет никому вреда. Все это нормальные меры защиты. Сон также очень важен. Если вы не можете заснуть, не смотрите по телевизору новости за час

до того, как ложиться спать. Почитайте что-нибудь, желательно скучное. Исследования показывают, что очень небольшие дозы мелатонина (1–3 мг), продаваемого без рецепта, могут помочь заснуть. Другое средство — бенедрил, противоаллергическое, также продающееся без рецепта, его следует принимать в дозах по 25–50 мг. Эти средства действуют в течение четырех-пяти дней. Не прибегайте к спиртному, чтобы заснуть — как говорилось ранее, вреда от него больше, чем пользы. Если вашему сну постоянно мешают негативные мысли, может быть, имеет смысл поговорить с врачом, чтобы тот прописал какие-нибудь легкие средства. Иногда весьма полезно последовательно проговаривать то, что вы испытываете. Журналисты нередко сталкиваются с тем, что материал, над которым они работают, является слишком болезненным или страшным, чтобы обсуждать его в семейном кругу. В таких случаях имеет смысл поговорить с достаточно сильным в моральном плане другом. Поплакать также бывает полезно и может дать облегчение, особенно если вы можете сделать это наедине с другом и не переживать о том, какой эффект это произведет на вашу семью. Беседа со специалистом в области психического здоровья также может помочь — не потому, что вы психически больны, а потому, что он может предложить хорошую технику борьбы со стрессом и травмами. Если вы религиозны, самое время прибегнуть к этому ресурсу, даже если вы давно к нему не обращались. Будьте добры к себе. Займитесь чем-нибудь таким, что вы всегда находили успокаивающим.

## Другие вопросы

1. Некоторые журналисты испытывают чувство вины, считая, что они строят свою карьеру на чужом горе. Люди всегда справлялись с катастрофами, конструируя объясняющие истории и прибегая к той или иной форме публичного оплакивания. Средства массовой информации частично взяли эти роли на себя. Рассказывая за людей их истории с уважением и состраданием, можно оказывать своего рода терапевтический эффект на пострадавших. Репортеры могут научиться определенным технологиям, которые позволят им избегать негуманных, наносящих ущерб другим людям действий в ходе своей работы.
2. Освещая события, помните, что большинство участников оправятся от трагедии и продолжат свою жизнь. Даже для понесших наиболее мучительные лишения прогноз, в большинстве случаев, благоприятен. Основная масса людей приходят в себя после по-



следствий острой эмоциональной травмы примерно в течение шести недель. В случае более серьезных потерь глубокое чувство горя часто длится от шести до двенадцати месяцев.

3. Одно из наиболее частых чувств, испытываемых в разгар трагедии, — ощущение, что находишься в стороне. Журналисты могут сравнивать себя с коллегами, играющими «героическую» роль при освещении событий, и считать себя бесполезными и неадекватными. Однако как среди врачей бывают дежурные приемного отделения и специалисты по онкологическим заболеваниям, так и журналистская профессия предполагает различные специализации, требующие разного «метаболизма». Журналисты, не находящиеся на «передовой», должны помнить, что их вклад чрезвычайно важен. Более того, освещаемые события легко могут перейти в иные фазы, каждая из которых потребует различных навыков и источников.
4. Журналисты могут чувствовать себя «не обязанными» испытывать эмоциональные реакции в случаях, когда они напрямую не затронуты катастрофой. Однако многие из них в результате своей работы подвергаются вторичной травме. Их труд может не позволять им дистанцироваться от трагедии в той степени, как это делает большинство людей. К тому же медицинское сообщество начинает признавать, что бедствия способны травмировать психику населения в целом, частью которого являются и журналисты.
5. Не стоит думать, что грусть и депрессия — одно и то же. Глубокая печаль — нормальная реакция на трагедию. Классическое же определение депрессии — «чувство безысходности, беспомощности и неотвратимо унылого будущего», продолжающееся более двух недель. Среди симптомов также могут быть отмечены серьезные сбои в основных функциях организма и появление навязчивых желаний причинить вред себе или окружающим. Физические последствия могут проявляться в виде тошноты и головной боли. Журналисты, врачи, спасатели и другие профессионалы, непосредственно сталкивающиеся с катастрофами, сообщают, что нередко среднесрочные психологические последствия. Может потребоваться от девяти до двенадцати месяцев на то, чтобы вернуться к полноценной жизни, и этот период может продлиться, если вовремя не проработать или не «переварить» подобный опыт. Принятые на раннем этапе защитные меры способны значительно смягчить последующий шок.

## **Практические рекомендации журналистам, освещающим катастрофы. Как брать интервью у людей, переживающих первичную травму**

1. Термин «первичная травма» применяется по отношению к лицам, непосредственно столкнувшимся с катастрофой. Он включает в себя как тех, кто пережил катастрофу или стал ее свидетелем, так и тех, кто потерял близких людей. Рассказ о своей беде журналисту может либо повредить этим людям, либо, наоборот, иметь терапевтический эффект. От журналиста во многом зависит, какие именно последствия будет иметь проводимое им интервью. Журналисту, как и врачу, следует придерживаться принципа «не навреди». Важнейший определяющий фактор — готов ли пострадавший человек говорить и насколько он в состоянии контролировать ситуацию. Необходимо получить разрешение на интервью. Можно спросить: «Не хотите ли рассказать мне об этом?». Если он или она ответят «нет», следует принять это. Вы можете предложить им возможность поговорить с вами позже. Не будучи готовым, человек не сможет связно рассказать свою историю, и информация, которую вы получите, будет фрагментарной.
2. Если человек согласился с вами говорить, дайте ему представление о параметрах интервью. Это предполагает и оговоренные временные рамки («Я хотел бы поговорить с вами несколько минут» или «Я хочу задать вам несколько вопросов»). Если вскоре вам нужно уходить, это поможет вашему собеседнику принять это без ощущения, что его бросили. Если человек находится в крайне эмоциональном состоянии, на грани нервного срыва и ощущает себя неловко, вы можете спросить его, не предпочитает ли он перенести интервью в более уединенное место — даже если это вестибюль или дверной проем. Если другие журналисты столпились вокруг вас и вы потеряли контроль над интервью, подумайте над тем, как уменьшить беспокойство, причиняемое вашему собеседнику в результате этого. Не исключено, что следует предложить ему прервать интервью. Мы находимся на раннем этапе создания журналистской культуры, уважающей соображения подобного рода. Вы не можете всегда контролировать или влиять на поведение других журналистов, но вы можете вести себя таким образом, который позволит вам жить с чистой совестью и служить образцом для других.

3. Тон, которым вы говорите, и ваши жесты имеют большое значение. У человека, пережившего травму, происходит смена эмоциональных и когнитивных ролей мозга — эмоциональные зоны берут верх, тогда как роль когнитивных (отвечающих за логическую обработку информации) идет на спад. Травмированный человек, вероятно, с большим трудом будет воспринимать ваши слова и будет часто просить вас повторить вопросы или, если речь идет о подробном интервью, даже записывать их. Он забудет многое из того, что вы говорили, но будет помнить, как вы это говорили. Демонстрируйте сострадание, а не отстраненность, однако старайтесь контролировать собственные эмоции. Сострадание состоит не в том, чтобы присоединиться к эмоциям собеседника, но в том, чтобы понять и поддержать его. Не ожидайте какой-то одной реакции. У разных людей последствия травмы имеют разные проявления — от стоических и одеревенелых до истерических. Не судите о состоянии человека по его реакции.

### **Физическая поза**

Примите позу, демонстрирующую сочувствие. Если интервью предполагается длинным и вы сидите, можно сесть рядом с собеседником. Некоторые находят, что иногда бывает лучше не вступать в зрительный контакт с собеседником, а смотреть в ту же абстрактную точку в полу или на стене, что и он, буквально «смотреть на вещи с его точки зрения». Легкий наклон вперед демонстрирует открытость. Скрещенные руки или ноги могут быть интерпретированы как замкнутость или враждебность. Не удивляйтесь, если почувствуете себя неловко, — это естественно.

### **Слезы**

Если интервьюируемый плачет, это не обязательно плохо. Как уже говорилось выше, если он чувствует себя незащищенным или униженным, находясь в публичном месте, попробуйте изменить обстановку и найти более уединенное место. Носите с собой бумажные салфетки и предлагайте их в качестве жеста сочувствия. Одна из причин, почему люди чувствуют себя неловко, когда плачут, — насморк, и, если предложить им салфетку, это может помочь. Дружеское касание руки также бывает полезно. Кроме того, вы можете помочь им осознать значение этого момента. Могут помочь слова вроде: «Я знаю, что вам больно об этом говорить, но люди должны это знать, потому что...». Имейте наготове вескую причину, объясняющую, почему люди должны об этом знать.

## Вопросы

Избегайте глупых вопросов. Первый в их ряду — «Что вы чувствуете?». Психологи утверждают, что менее прямой подход зачастую гораздо более эффективен. «Что, на ваш взгляд, людям следует знать о том, что произошло?». Выверяйте каждый свой шаг. Не проецируйте на себя. Не говорите: «Я знаю, что вы чувствуете». Вы этого не знаете. Вам следует пытаться помочь собеседнику выразить его собственный опыт, каким бы он ни был, и, осмысленно выслушав, попытаться понять его. Избегайте стандартных комментариев, таких как «Могло быть и хуже» или «Вам повезло».

На вопрос: «Почему это случилось?» старайтесь не давать прямого ответа. Если люди демонстративно отрицают что-то, не спорьте с ними. Отрицание — естественная и полезная фаза горя.

## Завершение интервью

Демонстрируйте поддержку. По возможности, завершите интервью теплым рукопожатием, с благодарностью и утешающими словами, вроде «Желаю вам всего доброго». В случае, если интервью было длительным, подумайте о том, чтобы позвонить спустя неделю или около того и поинтересоваться, как идут дела у вашего собеседника. В отдельных случаях люди испытывают чувство вторжения в их частную жизнь и будут сердиться, даже если вы их никак не задели. Это говорит их опыт, а не реакция на вас лично. Прислушайтесь к своей совести. Если она чиста, двигайтесь дальше.

*Источник:* Демократия.Ру. 1 сентября 2008.

*Перевод:* Олег Ляхович

---

---

# Литература

---

---

1. *Абдуллаева Ш.* Лев Щеглов: Чтобы имидж состоялся, апеллируйте к бессознательному // PR-диалог. 3 (8), 2000.
2. *Алпатов В. М.* Проблема речевых жанров в работах М. М. Бахтина // Жанры речи: Сб. науч. статей. Саратов, 2002.
3. *Адлер Гарри.* НЛП. Современные психотехнологии. СПб.: Питер, 2001.
4. *Аграновский В. А.* Вторая древнейшая: Беседы о журналистике. М., 1999.
5. *Аксельрод А., Хольти Д.* 201 способ победить в ситуациях трудного общения. Екатеринбург: Изд-во «Урал LTD», 2000.
6. *Алексеев А. А., Громова Л. А.* Поймите меня правильно (или Книга о том, как найти свой стиль мышления, эффективно использовать интеллектуальные ресурсы и обрести взаимопонимание с людьми). СПб., 1993.
7. *Белановский С.* Методика и техника фокусированного интервью. М., 1993.
8. *Беркли-Ален М.* Забытое искусство слушать. СПб.: Пресс, 1997.
9. *Бехтерев Н. А.* Физиология типов. М., 1924.
10. *Бехтерев В. М.* Внушение и его роль в общественной жизни. СПб., 1908.
11. *Бехтерев В. М.* Гипноз. Внушение. Телепатия. М., 1994.
12. *Богомолова И. Н.* Массовая коммуникация и общение. М., 1988.
13. *Богомолова Н. Н.* Социальная психология печати, радио и телевидения. М., 1983.
14. *Бодалев А. А.* Восприятие и понимание человека человеком. М., 1988.
15. *Бодалев А. А.* Психология о личности. М., 1996.

16. *Бугрим В. В.* Понятие и специфика имиджа. Журналистика XX века: эволюция и проблемы. СПб., 1996.
17. *Бурковская М. О.* Учебное пособие по интервьюированию. М., 2001.
18. *Бухарцев Р. Г.* Психологические особенности журналистского творчества. Свердловск, 1976.
19. *Васильева И. И.* Психологические особенности диалога. М., 1984.
20. *Васильева Т. В., Осинский В. Г., Петров Г. Н.* Радиотелевизионная журналистика в системе профессиональных координат. Ч. 2. Учебное пособие. СПб.: СПбГУ, 2003.
21. *Вилсон Г., Макклафеин К.* Язык жестов — путь к успеху / Пер. с англ. М. Вахтина. СПб., 2000.
22. *Власов А. В., Сементовская В. К.* Деловое общение // Искусство разговаривать и получать информацию. М., 1993.
23. *Гаймакова Б. Д., Макарова С. К., Сенкевич М. П.* Мастерство эфирного выступления: Учебное пособие. М., 1996.
24. *Гарнер А., Пиз А.* Язык разговора. М., 2000.
25. *Гойхман О. Я., Надеина Т. М.* Основы речевой коммуникации: Учебник для вузов. М., 1997.
26. *Голанова Е. И.* Устный публичный диалог: жанр интервью // Русский язык конца XX столетия. М., 2000. С. 427–453.
27. *Голанова Е. И.* Публичный диалог: коммуникативный узус и новые жанровые разновидности // Русский язык: исторические судьбы и современность. М., 2001.
28. *Грановская Р. М.* Элементы практической психологии. Л., 1980.
29. *Грачев А. А.* Выбор цели в ситуации общения. М., 1980.
30. *Гуревич П. С.* Приключения имиджа: Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. М., 1991.
31. *Гришина Н. В.* Давайте договоримся. СПб., 1993.
32. Журналистское расследование: История метода и современная практика / Под общ. ред. А. Д. Константинова. СПб.: Изд. дом «Нева»; М., 2001.
33. 201 способ победить в ситуациях трудного общения / Аксельрод Г. А., Дж. Хольти: Пер. с англ. В. Звонарева. Челябинск, 1999.
34. *Дерябка С. А., Ясвин В. А.* Гроссмейстер общения: иллюстрированный самоучитель психологического мастерства. М., 1998.

35. *Дилтс Р.* Фокусы языка: Изменение убеждений с помощью языка. СПб., 2001.
36. *Доценко Е. Л.* Манипуляция: психологическое определение понятия // Психологический журнал, 1993. Т. 14. № 4.
37. *Доценко Е. Л.* Механизмы межличностной манипуляции // Вестник Моск. ун-та. Серия 14. Психология. 1993. № 4.
38. *Доценко Е. Л.* Психология манипуляции. М., 1996.
39. *Дэннис Э., Мэррилл Д.* Беседы о масс-медиа. М.: Российско-американский информационный пресс-центр, 1997.
40. *Ермаков Ю. А.* Манипуляция личностью: Смысл, приемы, последствия. Екатеринбург. 1995.
41. *Зарецкая Е. Н.* Риторика: теория и практика речевой коммуникации. М., 1999.
42. Журналистское расследование: история и современная практика / Под общ. ред. А. Д. Константинова. СПб., М., 2001.
43. *Ильченко С. Н.* Интервью в журналистском творчестве. СПб., 2003. С. 50.
44. Искусство разговаривать и получать информацию / Под ред. Б. Н. Лозовского. М., 1993.
45. *Казаринова Н. В.* Деловая беседа // Русский язык и культура речи. М., 2000. С. 152–163.
46. *Каган М. С.* Мир общения: проблема межсубъектных отношений (над чем работают, о чем думают философы). М., 1988.
47. *Ким М. Н.* Технология создания журналистского произведения. СПб., 2001.
48. *Киришбаум Э. И.* Психологическая защита / Э. И. Киришбаум, А. И. Еремеева. 2-е изд. М., 2000.
49. *Клюев Е. В.* Речевая коммуникация. Учебное пособие для университетов и институтов. М., 1998.
50. *Кричевский Р.* Если вы руководитель. Элементы психологии менеджмента в повседневной работе. М., 1996.
51. *Кузин В. Н.* Психологическая культура журналиста. СПб.: СПбГУ, 1997.
52. *Кузнецов М., Цыкунов И.* Психология PR и журналистики: как позволить другим делать по-вашему. М., 2002.
53. *Крижанская Ю. С., Третьяков В. П.* Грамматика общения. М., 1999.

54. *Куницына В. Н.* Межличностное общение: Теории межличностного общения. Межличностные коммуникации, взаимодействия, отношения. Особенности неформального общения. Эффективность общения. Учебное пособие для вузов / В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. СПб., 2001.
55. *Лазарева Э.* Речь журналиста на телевидении: Учебное пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2000.
56. *Лазутина Г. В.* Основы творческой деятельности журналиста. Учебник для вузов. М., 2000.
57. *Леонтьев А. А.* Психология общения. М., 1997.
58. *Личный магнетизм.* М., 1990.
59. *Лозовский Б. Н.* Журналистика: техника безопасности. Екатеринбург, 2002.
60. *Льюс Б., Пуселик Ф.* Магия нейролингвистического программирования без тайн. СПб., 1995.
61. *Мельник Г. С., Ким М. Н.* Методы журналистики. СПб., 2006.
62. *Менжук Е. В.* Проблемы психологии журналистского творчества // Вестн. Моск. ун-та. Сер. «Журналистика». 10. № 2. 1994.
63. Методы журналистского творчества / Под. ред. В. М. Горохова, Е. П. Прохорова, И. М. Дзялошинского и др. М., 1982.
64. *Минаева Л. В., Морозов А. Ю.* Роль речевой коммуникации в создании имиджа // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2000. № 2. С. 48–49.
65. *Миргородская П. А.* Особенности типологии стилей речевого общения на отечественном телевидении. М., 2000. С. 4.
66. *Моисеев В. А.* Журналистика и журналисты. К., 2002.
67. *Ночевник М. Н.* Человеческое общение. М.: Политиздат, 1989.
68. *Ниренберг Дж., Калеро Г.* Читать человека как книгу / Пер. с англ. М.: Экономика, 1990.
69. *О'Коннер и Сеймор Д.* Введение в нейролингвистическое программирование. Челябинск, 1998.
70. Основы творческой деятельности журналиста / Под ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 2000.
71. *Олешко В. Ф.* Психология журналистики. СПб., 2006.
72. *Палехова О. В.* Некоторые структурные особенности рассуждения в журналистском интервью // Вопросы филологии. 2000. Вып. 6.



73. *Парыгин Б. Д.* Анатомия общения. Учебное пособие. СПб., 1999.
74. *Плешаков Л.* Интервью — начало всех начал // Профессия — журналист. 2000. №10.
75. *Попов Л. М.* Интеллектуальная инициатива в условиях общения. М., 1980.
76. *Почкай Е. П.* Технология СМИ. СПб., 2000.
77. *Почепцов Г. Г.* Имиджелогия. 2-е изд., испр. и доп. М: Рефл-бук; Киев, 2002.
78. *Реснянская Л. Л.* Двусторонняя коммуникация. М., 2002.
79. *Рэндэлл Д.* Универсальный журналист. 3-е изд., испр. и доп. Великий Новгород; СПб., 1999.
80. *Сагал Г.* 25 интервью. М.: Политиздат, 1974.
81. *Сазонов Г.* Вопрос-ответ // Журналист. 2003. № 1.
82. *Свитич Л. Г.* Профессия: журналист. М., 1996.
83. *Сорокин Б. Ф.* Философия и психология творчества: Научно-методическое пособие для аспирантов и молодых преподавателей. М., 2002.
84. *Станкин М. И.* Психология общения: Курс лекций. М., 2000.
85. *Сухарев В. А.* Психология интеллекта. М., 1997.
86. *Таранов С. И.* Искусство жить среди людей. Методы 100%-й победы. Симферополь: «Реноме», 1997.
87. *Столяренко Л. Д.* Психология управления: Учебное пособие. Ростов н/Д, 1997.
88. Телевизионная журналистика: Учебное пособие. Редколлегия: Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. М.: Изд-во МГУ, Высш. школа, 2002.
89. *Тертычный А. А.* Аналитическая журналистика: познавательнопсихологический подход. М. 1998.
90. *Тертычный А. А.* Жанры периодической печати: Учебное пособие. М., 2000.
91. *Томсон П.* Самоучитель общения / Пер. с англ. Н. Кириленко. СПб., 2000.
92. *Уиллмен Д.* Журналистские расследования: современные методы и техника. М., 1998.
93. *Уолтерс Б.* Лицо принца было непроницаемо // Журналист, 1992. № 8. С. 42–49.

94. *Фарухшин М. Х., Юртаев А. Н.* От культуры конфронтации к культуре диалога // Полис. № 3. 1992.
95. *Федосеев Д.* Основы психологии общения. М., 2000.
96. *Филатова Е.* Соционика для вас. Новосибирск, 1993.
97. Хрестоматия. Психология влияния / Сост. А. В. Морозов. СПб., 2000.
98. *Чудинов А. П.* Умение убеждать: Практическая риторика. Екатеринбург, 1999.
99. *Шепель В. М.* Секреты личного обаяния. М., 1994.
100. *Шостак М. И.* Репортер: профессионализм и этика. М.: Изд. РИП-холдинг, 2001.
101. *Шостак М. И.* Журналист и его произведение: Практическое пособие. М., 1998.
102. *Шостром Э.* Анти-Карнеги, или Человек-манипулятор. М., 1992.
103. *Шаров Ф. И.* Основы теории коммуникации: Учебник. М.: МИД, 2002.
104. *Цветков Э.* Мастер самопознания, или Погружение в собственное «Я». СПб.: Лань, 1995.
105. *Шумилина Т. В.* «Не могли бы вы рассказать». М., 1976.
106. *Юнг К. Г.* Архетип и символ. М., 1992.
107. *Юри И.* Преодолевая «нет», или Разговоры с трудными людьми. М., 1993.

*Мельник Галина Сергеевна*

**Общение в журналистике: секреты мастерства.  
2-е изд., перераб.**

Заведующая редакцией  
Руководитель проекта  
Ведущий редактор  
Литературный редактор  
Художественный редактор  
Корректор  
Верстка

*М. Трофимова*  
*М. Трофимова*  
*Е. Власова*  
*Н. Царенная*  
*А. Татарко*  
*И. Пьянкова*  
*С. Волкова*

Подписано в печать 27.05.08. Формат 60x90/16. Усл. п. л. 15. Тираж 3000. Заказ  
ООО «Питер Пресс», 198206, Санкт-Петербург, Петергофское шоссе, д. 73, лит. А29.  
Налоговая льгота — общероссийский классификатор продукции ОК 005-93, том 2;  
95 3005 — литература учебная.

Отпечатано по технологии СІР в Отпечатано с готовых диапозитивов  
в ГП ПО «Псковская областная типография».  
180004, г. Псков, ул. Ротная, 34.



Основанный Издательским домом «Питер» в 1997 году, книжный клуб «Профессионал» собирает в своих рядах знатоков своего дела, которых объединяет тяга к знаниям и любовь к книгам. Для членов клуба проводятся различные мероприятия и, разумеется, предусмотрены привилегии.

### Привилегии для членов клуба:

- карта члена «Клуба Профессионал»;
- бесплатное получение клубного издания – журнала «Клуб Профессионал»;
- дисконтная скидка на всю приобретаемую литературу в размере 10% или 15%;
- бесплатная курьерская доставка заказов по Москве и Санкт-Петербургу;
- участие во всех акциях Издательского дома «Питер» в розничной сети на льготных условиях.

### Как вступить в клуб?

Для вступления в «Клуб Профессионал» вам необходимо:

- совершить покупку на сайте **www.piter.com** или в фирменном магазине Издательского дома «Питер» на сумму от **800** рублей без учета почтовых расходов или стоимости курьерской доставки;
- ознакомиться с условиями получения карты и сохранения скидок;
- выразить свое согласие вступить в дисконтный клуб, отправив письмо на адрес: [postbook@piter.com](mailto:postbook@piter.com);
- заполнить анкету члена клуба (зарегистрированным на нашем сайте этого делать не надо).

### Правила для членов «Клуба Профессионал»:

- для продления членства в клубе и получения **скидки 10%**, в течение каждых **шести месяцев** нужно совершать покупки на общую сумму от **800** до **1500** рублей, без учета почтовых расходов или стоимости курьерской доставки;
- Если же за указанный период вы выкупите товара на сумму от **1501** рублей, скидка будет увеличена до **15%** от розничной цены издательства.

### Заказать наши книги вы можете любым удобным для вас способом:

- по телефону: (812) 703-73-74;
- по электронной почте: [postbook@piter.com](mailto:postbook@piter.com);
- на нашем сайте: [www.piter.com](http://www.piter.com);
- по почте: 197198, Санкт-Петербург, а/я 619 ЗАО «Питер Пост».

### При оформлении заказа укажите:

- ваш регистрационный номер (если вы являетесь членом клуба), фамилию, имя, отчество, телефон, факс, e-mail;
- почтовый индекс, регион, район, населенный пункт, улицу, дом, корпус, квартиру;
- название книги, автора, количество заказываемых экземпляров.

# КНИГА-ПОЧТОЙ



**ЗАКАЗАТЬ КНИГИ ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДОМА «ПИТЕР»  
МОЖНО ЛЮБЫМ УДОБНЫМ ДЛЯ ВАС СПОСОБОМ:**

- по телефону: **(812) 703-73-74;**
- по электронному адресу: **postbook@piter.com;**
- на нашем сервере: **www.piter.com;**
- по почте: **197198, Санкт-Петербург, а/я 619,  
ЗАО «Питер Пост».**

**ВЫ МОЖЕТЕ ВЫБРАТЬ ОДИН ИЗ ДВУХ СПОСОБОВ  
ДОСТАВКИ И ОПЛАТЫ ИЗДАНИЙ:**

- ☞ Наложным платежом с оплатой заказа при получении посылки на ближайшем почтовом отделении. Цены на издания приведены ориентировочно и включают в себя стоимость пересылки по почте **(но без учета авиатарифа)**. Книги будут высланы нашей службой «Книга-почтой» в течение двух недель после получения заказа или выхода книги из печати.
- ☞ Оплата наличными при курьерской доставке **(для жителей Санкт-Петербурга и Москвы)**. Курьер доставит заказ по указанному адресу в удобное для вас время в течение трех дней.

**ПРИ ОФОРМЛЕНИИ ЗАКАЗА УКАЖИТЕ:**

- фамилию, имя, отчество, телефон, факс, e-mail;
- почтовый индекс, регион, район, населенный пункт, улицу, дом, корпус, квартиру;
- название книги, автора, код, количество заказываемых экземпляров.

**Вы можете заказать бесплатный  
журнал «Клуб Профессионал»**

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ  
 **ПИТЕР®**  
WWW.PITER.COM



# Нет времени ходить по магазинам?



наберите:



[www.piter.com](http://www.piter.com)



**Здесь вы найдете:**

Все книги издательства сразу

Новые книги — в момент выхода из типографии

Информацию о книге — отзывы, рецензии, отрывки

Старые книги — в библиотеке и на CD



**И наконец, вы нигде не купите  
наши книги дешевле!**

**ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДОМА «ПИТЕР»**  
предлагают эксклюзивный ассортимент компьютерной, медицинской,  
психологической, экономической и популярной литературы

**РОССИЯ**

**Москва** м. «Электrozаводская», Семеновская наб., д. 2/1, корп. 1, 6-й этаж;  
тел./факс: (495) 234-3815, 974-3450; e-mail: sales@piter.msk.ru

**Санкт-Петербург** м. «Выборгская», Б. Сампсониевский пр., д. 29а;  
тел./факс (812) 703-73-73, 703-73-72; e-mail: sales@piter.com

**Воронеж** Ленинский пр., д. 169; тел./факс (4732) 39-43-62, 39-61-70;  
e-mail: pitervrn@comch.ru

**Екатеринбург** ул. Бебеля, д. 11а; тел./факс (343) 378-98-41, 378-98-42;  
e-mail: office@ekat.piter.com

**Нижний Новгород** ул. Совхозная, д. 13; тел. (8312) 41-27-31;  
e-mail: office@nnov.piter.com

**Новосибирск** ул. Станционная, д. 36;  
тел./факс (383) 350-92-85; e-mail: office@nsk.piter.com

**Ростов-на-Дону** ул. Ульяновская, д. 26; тел. (8632) 69-91-22, 69-91-30;  
e-mail: piter-ug@rostov.piter.com

**Самара** ул. Молодогвардейская, д. 33, литер А2, офис 225; тел. (846) 277-89-79;  
e-mail: pitvolga@samtel.ru

**УКРАИНА**

**Харьков** ул. Суздальские ряды, д. 12, офис 10–11; тел./факс (1038067) 545-55-64,  
(1038057) 751-10-02; e-mail: piter@kharkov.piter.com

**Киев** пр. Московский, д. 6, кор. 1, офис 33; тел./факс (1038044) 490-35-68, 490-35-69;  
e-mail: office@kiev.piter.com

**БЕЛАРУСЬ**

**Минск** ул. Притыцкого, д. 34, офис 2; тел./факс (1037517) 201-48-79, 201-48-81;  
e-mail: office@minsk.piter.com

---

 Ищем зарубежных партнеров или посредников, имеющих выход на зарубежный рынок.  
Телефон для связи: **(812) 703-73-73**.  
**E-mail:** fuganov@piter.com

---

 **Издательский дом «Питер»** приглашает к сотрудничеству авторов.  
Обращайтесь по телефонам: **Санкт-Петербург — (812) 703-73-72**,  
**Москва — (495) 974-34-50**.

---

 Заказ книг для вузов и библиотек: (812) 703-73-73.  
Специальное предложение — e-mail: kozin@piter.com

---

#### **Дальний Восток**

Владивосток, «Приморский торговый дом книги»,  
тел./факс (4232) 23-82-12.  
E-mail: bookbase@mail.primorye.ru

Хабаровск, «Деловая книга»,  
ул. Путевая, д. 1а,  
тел. (4212) 36-06-65, 33-95-31  
E-mail: dkniga@mail.kht.ru

Хабаровск, «Книжный мир»,  
тел. (4212) 32-85-51, факс 32-82-50.  
E-mail: postmaster@worldbooks.kht.ru

Хабаровск, «Мирс»,  
тел. (4212) 39-49-60.  
E-mail: zakaz@booksmirs.ru

#### **Европейские регионы России**

Архангельск, «Дом книги»,  
пл. Ленина, д. 3  
тел. (8182) 65-41-34, 65-38-79.  
E-mail: marketing@avfkniga.ru

Воронеж, «Амиталь»,  
пл. Ленина, д. 4,  
тел. (4732) 26-77-77.  
<http://www.amital.ru>

Калининград, «Вестер»,  
сеть магазинов «Книги и книжечки»,  
тел./факс (4012) 21-56-28, 65-65-68.  
E-mail: nshibkova@vester.ru  
<http://www.vester.ru>

Самара, «Чакона», ТЦ «Фрегат»,  
Московское шоссе, д. 15,  
тел. (846) 331-22-33.  
E-mail: chaconne@chacccone.ru

Саратов, «Читающий Саратов»,  
пр. Революции, д. 58,  
тел. (4732) 51-28-93, 47-00-81.  
E-mail: manager@kmsvrn.ru

#### **Северный Кавказ**

Ессентуки, «Россы», ул. Октябрьская, 424,  
тел./факс (87934) 6-93-09.  
E-mail: rossy@kmw.ru

#### **Сибирь**

Иркутск, «ПродаЛитЪ»,  
тел. (3952) 20-09-17, 24-17-77.  
E-mail: prodalit@irk.ru  
<http://www.prodalit.irk.ru>

Иркутск, «Светлана»,  
тел./факс (3952) 25-25-90.  
E-mail: kkcbooks@bk.ru  
<http://www.kkcbooks.ru>

Красноярск, «Книжный мир», пр. Мира, д. 86,  
тел./факс (3912) 27-39-71.  
E-mail: book-world@public.krasnet.ru

Новосибирск, «Топ-книга»,  
тел. (383) 336-10-26, факс 336-10-27.  
E-mail: office@top-kniga.ru  
<http://www.top-kniga.ru>

#### **Татарстан**

Казань, «Таис»,  
сеть магазинов «Дом книги»,  
тел. (843) 272-34-55.  
E-mail: tais@bancorp.ru

#### **Урал**

Екатеринбург, ООО «Дом книги»,  
ул. Антона Валека, д. 12,  
тел./факс (343) 358-18-98, 358-14-84.  
E-mail: domknigi@k66.ru

Челябинск, ТД «Эврика», ул. Барбюса, д. 61,  
тел./факс (351) 256-93-60.  
E-mail: evrika@bookmagazin.ru  
<http://www.bookmagazin.ru>

Челябинск, ООО «ИнтерСервис ЛТД»,  
ул. Артиллерийская, д. 124  
тел. (351)247-74-03, 247-74-09, 247-74-16.  
E-mail: zakup@intser.ru  
<http://www.fkniga.ru>, [www.intser.ru](http://www.intser.ru)