

A portrait of Evgeny Enin, a man with short dark hair and glasses, wearing a dark suit jacket over a light purple shirt. He is looking directly at the camera with a neutral expression. The background is a blurred blue wall with a large circular logo on the left containing the letters 'ОТВ' in white. The text 'Евгений Енин' is overlaid in the top right corner in a bold, dark blue font.

**Евгений
Енин**

**ИНТЕРВЬЮ:
КАК ЭТО
ДЕЛАЕТСЯ**

12+

Евгений Юрьевич Енин

Интервью: как это делается

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=66050745

SelfPub; 2021

Аннотация

Автор книги – известный журналист, обладатель восьми бронзовых «Орфеев», академик Российской академии телевидения, обладатель премии «Золотое перо России». А сама книга представляет собой нескучно написанный справочник с ответами на все вопросы, которые могут возникнуть у ведущих – интервьюеров на телевидении, YouTube, радио, а а также у тех, кто дает интервью. И, что особенно важно, здесь есть ответы на вопросы, которые могут и не возникнуть.

Евгений Енин

Интервью: как это делается

ЧТО ТАКОЕ ИНТЕРВЬЮ

Интервью – это просто

Что производят журналисты

Что привлекает внимание аудитории в интервью

ГОСТИ РАЗГОВОРНОЙ ПРОГРАММЫ

Идеальный гость разговорной программы

Кого мы зовем в эфир

Стоп-листы

Типы гостей

Количество гостей в студии

Гость ставит условия

Что делать, если гость сильно волнуется

Что делать, если гость не пришел?

«Рекламный» гость

Неинтересный гость

ВЕДУЩИЙ РАЗГОВОРНОЙ ПРОГРАММЫ

На какую аудиторию мы работаем

Должен ли интервьюер знать ответы на свои вопросы

Что делать, если ведущий сильно волнуется

Двойное ведение

Профессиональная деформация личности интервьюера

ПОДГОТОВКА К ИНТЕРВЬЮ

Форма организации интервью

Темы интервью в зависимости от типа гостей

Как придумать вопросы для звезды

Классификация вопросов

Игра в угадывание вопросов

Сколько вопросов нужно для одной программы

Гость просит список вопросов

Пресс-служба просит список вопросов

ГОСТЬ ПРИШЕЛ В СТУДИЮ

Прединтервью

Что делать, если на прединтервью нет времени

Предупредить о том, какой вопрос будет первым

Не дать выговориться

ИНТЕРВЬЮ НАЧАЛОСЬ

Важность первого вопроса

Как задавать неприятные вопросы

Как перебивать гостя

Что делать, если гость не отвечает на вопрос

Что делать, если гость врет

Что должен делать ведущий разговорной программы
одновременно

Что делать, если ведущий забыл вопрос

Интервьюер должен управлять собеседником

Что делать, если ведущий боится гостя

Как смутить ведущего разговорной программы

Что делать, если кончились вопросы

Как закончить интервью

Последний вопрос

Формула прощания

Неразговорные элементы разговорной программы

Самые жуткие эфиры

ЧТО ТАКОЕ ИНТЕРВЬЮ

Интервью – это просто

В самом деле, просто.

Два условия.

О чем мы вообще говорим?

Мы не говорим об интервью, которое берется репортером для сюжета в телевизионных новостях. Это один, три, ну четыре вопроса, из которых в эфир не попадет ни один, а из ответа возьмут 15 секунд. Всё, чем нужно обладать, чтобы взять такое интервью, – настырностью. И, возможно, способностью быстро бегать – если объект от разговора уклоняется.

Мы не говорим об интервью для печатных изданий – их можно хоть по почте брать.

Мы не говорим об интервью для телевизионных программ; в которых записанный разговор режется на кусочки, кусочки перетасовываются, перекрываются «картинкой» – и

вот оно высокое искусство монтажа, но никак не разговора.

Мы с вами говорим об интервью, которое показывается зрителям от начала до конца и является самостоятельным и самоценным продуктом для телевидения, радио, YouTube или подкастов.

Да, интервью – это просто.

Любям нравится давать интервью.

Любям нравится быть особенными, а то, что именно у них берут интервью, делает их особенными.

Любям нравится говорить о себе, потому что себя мы любим больше всего на свете.

Любям нравится делиться опытом, советовать, поучать – это поднимает их социальный статус в их собственных глазах.

В большинстве случаев никаких проблем с интервью не будет. Если человек не хочет давать интервью, он в студию и не придет. А если пришел – он наш. Остается его позвать.

Что производят журналисты?

А зачем мы его зовем, зачем нам гость? Поговорить?

Давайте сразу определимся с тем, что мы с вами делаем на работе, в смысле – что мы производим, какой товар. И когда мы поймем, чем на самом деле мы занимаемся, все станет гораздо понятнее.

И это касается всех способов доставки контента потреби-

телям – радио, интернета, телевидения.

Если мы делаем разговорную программу, наш товар – разговор? Нет, конечно.

Тогда это сама программа как телевизионный продукт? Основной ее элемент – это ответы гостя, но есть еще ведущий с его вопросами, студия, графика, хронометраж, время выхода, и вот это все вместе – телевизионная программа, это и есть товар, нами произведенный? Нет.

Думать, что наш продукт – телевизионная программа – заблуждение, которого трудно избежать, но это заблуждение. Наш продукт, нами произведенный товар – это внимание аудитории. Именно внимание аудитории покупают у телестанций, радиостанций и блогеров рекламодатели. Или за это внимание платит государство. А на каком станке, то есть с помощью каких телевизионных приемов, способов и в какой форме это внимание произведено, покупателям не интересно, так же как любым покупателям не интересны станки, на которых сделаны купленные ими товары.

Поэтому наша задача – сначала привлечь, а затем удержать внимание аудитории. Как – вообще не важно (в рамках действующего законодательства, разумеется).

Если это понимать, если об этом помнить, то предельно просто находить ответы на все вопросы, связанные с производством разговорной программы. Кого мы зовем в эфир, какие вопросы задаем, что в эфире происходит, что можно, что нельзя, что правильно, что – нет. Добавьте к любому про-

фессиональному вопросу еще один: это работает на привлечение и удержание аудитории? И вы легко найдете на него ответ.

Что привлекает внимание аудитории в интервью?

Что именно привлекает и удерживает внимание зрителей и слушателей в интервью? Несколько факторов.

В каждом отдельном интервью может быть одна основная «завлекалочка», и этого уже достаточно для достижения нашей цели. Но чаще всего в каждом выпуске программы работает несколько факторов. В идеале – все.

Гости

Ну, разумеется, это разговорная программа, значит, главное блюдо – тот, кто говорит. Гость или гости. И чем они интереснее для аудитории, тем лучше; чем больше аудитория хочет слышать, что они говорят, тем лучше.

Кстати, как тот, кто несет ответственность за две-три тысячи гостей в год, могу подсказать универсальный ответ на вопрос: почему этот человек появился у нас в эфире?

В современной России очень легко придумать, кого позвать в эфир. Разумеется, Путина. Не важно, по какой теме. Путин не может? Опять? Ок, идем ниже. И так, пока не со-

гласится прийти самый звездный из возможных гостей.

Ведущий

Куда же без него.

Хотя почему бы и нет, можно и без ведущего. Были форматы разговорных программ, где гости отвечали на вопросы, которые появлялись на экране в виде текста. Или мэр города пришел в эфир и отвечает на вопросы горожан. Ведущий в этом случае всего лишь модератор, и есть ли он вообще, зрителям не важно.

Но чаще всего ведущий есть, его умение организовать и провести разговор очень важно, и он сам может иметь статус звезды.

Нужно только понимать, что ведущий – это, безусловно, один из факторов, привлекающих внимание аудитории. Но это фактор очень незначительный по сравнению с остальными. Скажем так, хороший повар приготовит вкусное блюдо, не очень хороший – съедобное. Но если готовить не из чего и не на чем, зачем нам повар?

Тема

О чем мы говорим с гостем? Ответ на этот вопрос – тема разговора.

Что говорится в анонсе программы? Это тема разговора.

Горячие темы собирают аудиторию сами по себе, даже без героя. Что опять же полезно держать в голове, чтобы бороться со стереотипом «Гость разговорной программы должен иметь отношение к теме».

Мы привыкли к тому, что, если мы говорим о каком-то происшествии, в студии должен быть герой, имеющий отношение к этому происшествию. Вовсе не обязательно.

Пример. Случилась авария, о которой говорит вся область. Пострадавшие – в больнице или в морге, виновник – в СИЗО, родственники в эфир не хотят. Ок, есть адвокаты: и у пострадавших, и у виновника. Не хотят адвокаты – есть автоэксперты, с которыми можно обсуждать эту аварию. С аварией ничего не понятно, экспертам нечего сказать? Ок, давайте поговорим об аварийности в принципе. Плюс юрист, который расскажет, какой срок грозит виновнику и от чего это зависит. Всё, эфир собрали, хотя именно про эту аварию не сказали ничего выходящего за рамки пресс-релиза ГИБДД. Горячую тему отработали.

Информация

О чем, собственно, говорится в разговорной программе, что сообщается?

Информация может быть настолько важна и актуальна, что все остальное – кто говорит, как говорит, что делает ве-

душий, какая студия, какой свет – уходит за горизонт.

Свежий пример – коронавирусные ограничения. Какая разница, кто и как рассказывает, куда нам можно выходить, куда нельзя и в какой маске, лишь бы слова можно было разобрать. Нам нужна эта информация, мы будем это смотреть или слушать.

Эмоции

Эмоциональную реакцию может вызвать любой раздражитель. Любое слово, любая личность и любая программа. Но есть тип программ, которые смотрят для того, чтобы получить эмоциональный допинг, и это является главным мотивом к тому, чтобы включить телевизор, найти эту запись в интернете и посмотреть от начала до конца.

Самый явный пример – ток-шоу, которые называются дневными (на западном телевидении они идут в дневное время, для домохозяек, у нас – в вечерний прайм). Да, это сопли-вопли-скандалы, кто кого бросил на каком месяце беременности, и все такое прочее. Информативность подобных программ нулевая, их смотрят, чтобы попереживать, заразиться эмоциями, и вызвать эмоции – главная задача создателей таких программ.

Но и во всех остальных случаях эмоции лишними не бывают, поэтому общее правило: если гостя можно довести до слез, до истерики, до эмоционального выплеска, это нужно

сделать. Хотя бы попытаться. Я, например, трижды доводил до слез актера, режиссера и «солнце русской драматургии» Николая Коляду, чем горжусь.

Идеи

Отделим это от такого фактора привлечения внимания аудитории, как сообщаемая гостем информация. Идеи – это о том, чего еще нет, но что может появиться при определенных условиях.

Идеи многократно становились темами выпусков разговорных программ. Часто это законопроекты на различных стадиях: от идеи до второго чтения, после которого принципиально уже ничего не поменяешь. Законопроект, пригодный для обсуждения в эфире, должен отвечать следующим требованиям: предлагаемые изменения касаются достаточно большого количества граждан, и они гражданам понятны.

Пример. «А давайте введем обязательное чипирование домашних животных, включая рыбок и кошек». Всё, понеслось обсуждение в эфире с участием разъяренных зрителей, звонящих и голосующих.

Есть вечные идеи, которые мы обсуждаем регулярно, и регулярно получаем горячий отклик зрителей. Это идеи переименования улиц, названных в честь коммунистических деятелей, наоборот – наименование чего-то в честь Сталина,

снос и установка памятников Ленину, вынос тела Ленина из Мавзолея и так далее.

Зрелище

Если мы говорим не о радио, а о телевидении и YouTube, то их все-таки не только слушают, но и смотрят. И если есть возможность не только рассказать, но и показать, не надо ее упускать. Если гости — артисты, пусть поют и танцуют, казаки — пусть машут шашками, каратисты — разбивают доски. Все это вместе с ведущими, разумеется; они тоже пусть комически машут и разбивают. И наши ведущие все это делали и много чего еще, вроде стояния на гвоздях и бросания на меткость конца Александрова (не спрашивайте, что это такое).

Цирковых можно позвать в эфир только для того, чтобы они пришли вместе с животными. Хотя это чревато — звери есть звери; как показала практика, пингвины и пеликаны непрерывно гадят, метаболизм у них такой. А обезьяна может начать мастурбировать в прямом эфире.

ГОСТИ РАЗГОВОРНОЙ ПРОГРАММЫ

Идеальный гость разговорной программы

Итак, кто же он, идеальный гость разговорной программы?

Это Владимир Владимирович Путин, который расскажет о коронавирусном карантине с последующим тотальным вакцинированием и покажет пару фокусов. А на столе, за которым он сидит, пусть играют котята. И плачет ведущий. От счастья, разумеется.

Если Путин опять занят, пусть нашим гостем будет известный человек, который расскажет что-то актуальное, важное, спорное, всплакнет, станцует, погладит котенка. В идеале должны присутствовать все пункты, но и пары-тройки достаточно, чтобы этого человека мы позвали в эфир.

Кого мы зовем в эфир?

Если наш гость не Путин, то почему именно этого человека из семи миллиардов мы позвали в эфир? И почему именно сегодня, а не еще вчера, если он такой интересный гость?

Что-то случилось. То, что называется информационным поводом. Это может быть что угодно: взрыв, пожар, юбилей, открытие выставки. Информационный повод – и тема разговора, и объяснение, почему мы не каждый день зовем, например, главного режиссера этого театра, а сегодня позвали: поставили новый спектакль.

Календарные события: праздники, дни чего-либо. Давай-

те в день рождения Сталина обсудим историческую роль этой фигуры. И в день смерти тоже обсудим – Сталин дает хороший рейтинг.

Кто-то приехал в наш город с гастролями, с лекцией. Информационного повода нет, но есть возможность позвать интересного человека, хорошего гостя. Зовем.

Появление какой-то темы в СМИ и социальных медиа при отсутствии четкого информационного повода. Заговорили о снюсах – давайте сделаем разговор о снюсах.

Какой-то человек выступил в СМИ или социальных медиа с каким-то интересным заявлением, высказал свое мнение в посте, в колонке, что-то предложил. Давайте его позовем.

Есть еще гости по глобальным темам, которых мы зовем без явного повода, просто время от времени. Самый свежий пример – пандемия коронавируса. В 2020 году мы периодически, по разу в неделю, связывались с гостями из других городов Свердловской области, России, других стран, и они просто рассказывали, какая там у них сейчас ситуация, что закрыто, что открыто, что можно, что нельзя.

Списки потенциальных гостей

В голове любого редактора или продюсера разговорной программы есть списки гостей, которые легко и с удовольствием отзываются на просьбу прийти в эфир, и тех, кого не заманишь.

В любом городе – что в Москве, что в Екатеринбурге – круг людей, ходящих по теле- и радиоэфирам, во-первых, ограничен, во-вторых, невелик. В Госдуме 450 депутатов, скольких из них мы регулярно видим по телевизору? С десятков. Есть люди, которые любят себя в эфире, но их не большинство. Если в каком-то ведомстве начальник, заместитель ходят в эфир легко, нам повезло. А бывает, целые ведомства остаются «немыми», несуществующими для разговорных эфиров.

Но вот что-то произошло. Понятно, есть участники происшествия; есть ведомства, имеющие отношение к произошедшему. Банда подростков нападает на прохожих – это компетенция и ГУВД, и Минобразования, и уполномоченного по правам ребенка. И можно даже никого в ведомствах лично не знать, а позвонить в пресс-службу, попросить спикера по этому случаю и таким образом найти гостей. Это легко.

Но еще гостями эфира про подростковую банду могут быть юрист, адвокат, психолог, педагог, специалист по самообороне. Да, у нас в списке потенциальных гостей по несколько человек каждой специализации. И мы очень хотим, чтобы эти списки расширялись. Но где взять «свежего» адвоката? Воспользоваться поиском в интернете и обзванивать каждого выданного системой адвоката: не хочет ли он прокомментировать такое-то событие?

Но, слава богу, есть социальные сети, и, если человек пи-

шет толковый пост в Facebook по какому-то общественно значимому поводу, есть большая вероятность, что ему позвонят наши продюсеры и позовут в эфир. Так, например, после нескольких публикаций в Facebook главным спикером по коронавирусным вопросам для СМИ в Екатеринбурге стал Александр Соловьев, специалист по лабораторной диагностике.

Стоп-листы

Да, они есть. И они есть во всех СМИ – списки тем, которые нельзя поднимать, и списки гостей, которых нельзя приглашать. На бумаге этих списков я не видел ни разу, все в головах.

С одной стороны, меня это не радует: если моя профессия – говорить с людьми, то любое ограничение возможностей для разговоров расстраивает. С другой стороны, такова реальность, и нет СМИ, в которых можно вообще всё и всех.

Эти ограничения, как правило, логичны. И политическими причинами вызваны в меньшинстве случаев. У меня, например, есть личный стоп-лист, список людей, которых я не позову в эфир, потому что считаю их совершенными мерзавцами. Если только не прилетят инопланетяне и не назначат кого-то из них верховным правителем Земли – тогда придется звать.

Мы не согласовываем гостей и темы в администрации губернатора

Телеканал ОТВ (Свердловская область, Екатеринбург), где я сейчас работаю, – это государственное телевидение; наш основной учредитель, если по-простому, областная исполнительная власть. Наш «профильный отдел» в администрации губернатора Свердловской области – департамент информационной политики.

Как вы думаете, как я согласовываю в ДИПе темы и гостей нашей программы? Да никак. Это просто невозможно. Чтобы позвать в эфир десять человек, надо обзвонить двадцать, тридцать – не все же хотят и могут к нам прийти. В администрации губернатора пришлось бы отдельную дополнительную ставку вводить, специалиста по согласованию наших гостей. Да и то бы не помогло.

Страшную правду сейчас скажу: продюсеры даже со мной, руководителем программы «События. Итоги дня», всех гостей не согласовывают. При наших объемах и постоянном цейтноте это нереально. Нужен в эфир психолог, например; есть понятный список потенциальных гостей – психологов, и продюсер звонит по этому списку, пока кто-то не согласится. Зачем перед каждым звонком у меня спрашивать?

Типы гостей

Итак, что у нас есть?

Гость. Приглашен и согласился прийти.

Тема разговора. Сформулирована.

Форма организации разговора. Выбрана.

Аудитория. Примерно представляем.

Осталась сушная ерунда – придумать вопросы.

Вообще-то, если не все вопросы, то изрядная их часть вытекает из ответа на главный вопрос: зачем я его позвал? Если гость сам попросился в программу, ответить на этот вопрос должен он сам или его пресс-служба.

Но чтобы ответить на этот вопрос – «зачем я его позвал?», – нам нужно гостя классифицировать.

Все гости, хотя бы они этого или даже этому сопротивляются, делятся на следующие типы:

специалист,

политик,

звезда,

очевидец,

личность,

организатор,

типичный представитель.

Определив тип гостя, мы легко сформулируем сверхвопрос, на который гость в итоге будет отвечать все эфирное время.

Специалист

Специалист или эксперт – самый распространенный тип гостей. Их приглашают в эфир, чтобы они поделились своими знаниями.

Специалист отвечает на вопрос «как?».

Специалист – тот, кто знает, как не заболеть COVID-19, и это врач. Тот, кто знает, как поставить спектакль, и это режиссер. Тот, кто знает, как получить пособие на детей, и это чиновник. Тот, кто знает, как починить кран, и это слесарь.

Специалист отвечает на вопрос «почему?».

Политолог объясняет, почему в Екатеринбурге сменился мэр. Фотограф на своем YouTube-канале распаковывает новый фотоаппарат и объясняет, почему он плох или хорош. Историк рассказывает, например, почему Александр Второй отменил крепостное право.

Эксперт отвечает на вопрос «Что будет, если...»

Что будет, если сократить время торговли алкоголем? Что будет, если вернуть прямые выборы мэра?

Со специалистами или экспертами мы не спорим. То, что они говорят, – это не предположение, это мнение профессионала, основанное на образовании и опыте. Это мнение мы принимаем как конечную истину.

Политик

Политик – это и депутат, и тот, кто хочет стать депутатом, и общественный деятель, и мэр, и губернатор.

Главное, что отличает этот тип наших гостей, – наличие у них предложений, идей: каким-то образом что-то в нашей жизни изменить. Депутат приходит в эфир рассказать о законопроекте, запрещающем кальяны, общественник – предложить организовать собачий приют, изобретатель – показать чертеж машины времени, мэр города – объяснить, зачем нам канатные дороги.

Ценность этого типа гостей – в идее, с которой они пришли. Именно обсуждению идеи посвящен разговор с ними.

И, в отличие от разговора со специалистами, с ними можно и нужно спорить.

Звезда

Известный человек. Знаменитость. Актер, музыкант, политик, писатель.

В программе, формат которой – разговоры со знаменитостями, их присутствие является главным «крючком» для аудитории. И такая модель программы очень распространена, поскольку ее успех почти обеспечен, а роль ведущего может быть минимальна.

В данном случае предполагается, что зрителям интересно все, что может сказать этот человек, все, что с ним связано, – его мысли по поводу чего угодно, где он проводит от-

пуск, какой диеты придерживается. Эти незначительные, в общем-то, факты приобретают вес в глазах аудитории именно потому, что их сообщает известный и интересный ей человек.

Все вопросы для звезды, по сути, сводятся к двум основным: «Расскажите о себе», «Расскажите о своем творчестве».

Очевидец

Очевидец – это человек, который стал свидетелем какого-то события как сторонний наблюдатель или как участник. Его приглашают в эфир, чтобы он рассказал, как это было. Соответственно, чтобы придумать вопросы для свидетеля события, нужно иметь представление об этом событии.

Очевидец – довольно редкий тип, как правило, очевидцы присутствуют в качестве иллюстрации при обсуждении какой-то темы с несколькими гостями.

Пример очевидца, приглашенного в эфир в режиме соло, – бывший полпред Президента РФ в УрФО Игорь Холманских. Еще будучи не полпредом, а начальником сборочного цеха УВЗ, он обратился к Владимиру Путину с предложением разобраться с оппозиционными митингами, участвовал в пропутинском митинге в Москве, после чего Путин взял его в свой самолет, когда летел из Москвы в Нижний Тагил после победы на очередных президентских выбо-

рах. А потом сделал его полпредом в УрФО. В эфир он был приглашен, чтобы рассказать об этом полете.

Личность

Известен этот человек аудитории или нет – не важно. Он представляет интерес как человек, имеющий какой-то замечательный, уникальный личный опыт, о котором он и рассказывает.

Это может быть все, что угодно, – изобретение машины времени, удачная попытка бросить курить, долгое пребывание в монастыре или сто свадеб и разводов за десять лет.

Вопросы ведущего должны раскрыть личный опыт приглашенного. Вопросы, например, человеку, бросившему курить, задаются именно как человеку, бросившему курить, и так или иначе связаны с этим его достижением. Сколько у него любовниц и каковы его творческие планы, в данном случае не важно.

Нужно сказать, что типы «звезда» и «личность» могут совмещаться в одном участнике программы. Например, в том случае, когда известный человек рассказывает о своем личном опыте. Но это редкий случай совмещения.

Организатор

Особенность гостей типа «организатор» в том, что они

рассказывают о будущем, о событии, которое еще не произошло, и это значительно ограничивает наши возможности.

Например, с экспертом о смене мэра Екатеринбурга можно говорить бесконечно, разбирая все нюансы, вспоминая историю выборов в Екатеринбурге, обсуждая избирательную систему, схемы возможной организации власти в муниципалитетах, и так до утра.

А о чем может рассказать организатор, допустим, конференции? О том, кто приглашен, какие заявлены доклады, как зарегистрироваться посетителям, – ну и, в общем, все. Расширить тему разговора с организатором невозможно.

Но рассказ о будущем мероприятии – это еще и очень скучно. Зачем зрителям/слушателям знать темы докладов, которые они все равно не услышат? Поэтому при освещении мероприятий мы стараемся, кроме организатора, позвать еще кого-то. Идеальный вариант, когда в эфир приходит организатор, который делает анонс, и статусный или просто интересный гость этого мероприятия говорит по своей интересной теме.

Если гость или гости мероприятия не могут быть в эфире (еще не прилетели, очень плотный график), можно позвать организатора и переключить его в режим специалиста.

Например, начинается фестиваль документального кино «Россия». Пусть придет человек, который может сообщить, какие фильмы в программе, где их можно будет посмотреть, но еще – поговорить о судьбах документального кино в со-

временной России.

Типичный представитель

Типичный представитель – это представитель какой-то группы, которая сама по себе чем-то интересна аудитории. Вопросы к нему подразумевают как бы множественное число: вы, космонавты; вы, врачи; вы, дворники. Личность самого представителя группы не раскрывается, он говорит от имени группы.

Представитель группы, как правило, появляется в эфире как один из гостей при обсуждении какой-то проблемы. Обсуждаем закон о такси – давайте позовем человека, который может говорить от имени таксистов.

В одиночку гости этого типа могут быть героями программ, где разговор с представителями групп является форматом, например, в каждом выпуске программы появляется представитель какой-то профессии и о ней рассказывает.

Один человек – несколько типов гостей

Один и тот же человек может быть гостем разных типов.

Причем один и тот же человек может выступать в разных ролях в разных эфирах разных СМИ, а может переключаться на разные типы во время одного эфира.

Таксист из Нью-Йорка (реальный человек), например, в

одном эфире предстает в разных ипостасях: рассказывает о работе таксистов в Нью-Йорке; рассказывает, как сейчас работают таксисты в Екатеринбурге; рассказывает, что нужно в их работе изменить; оценивает последствия принятия законопроекта для отрасли. Это и личность, и представитель группы, и специалист, и очевидец с какой-то историей из жизни таксистов.

Или уже упоминавшийся бывший начальник цеха УВЗ Холманских. Когда он рассказывает о том, как изнутри выглядит президентский самолет, он очевидец («Мне нельзя об этом рассказывать»). Когда отвечает на вопрос, почему президент взял его с собой, он специалист («Не знаю»). Когда отвечает на вопрос, будет ли он претендовать на кресло мэра Нижнего Тагила, он политик («Не скажу»).

Не все гости равны

Но есть гости базовые, основные, без которых разговор по теме «Законопроект о такси» не может состояться. И наоборот, такой разговор состоится, даже если эти гости в эфире будут поодиночке.

В данном примере это политик и специалист – они говорят по теме, по сути, говорят о законопроекте.

Есть гости, которые иллюстрируют тему. Это типичный представитель (таксист) и очевидец (попал в аварию на такси). Они очень уместны, но обсудить законопроект можно и

без них.

И есть гости – украшения, они не высказываются собственно по теме, о законопроекте: звезда с опытом работы таксистом и личность с рассказом о такси в Нью-Йорке. Как любые украшения, они приятны, но необязательны.

Количество гостей в студии

В одном выпуске инфошоу «События. Итоги дня» на ОТВ у нас бывало человек по сорок, если считать артистов хора. Но это за полтора часа в сумме, в пяти тематических блоках.

«Говорящих» гостей, то есть тех, кто участвует в интервью, у нас в студии может находиться максимум пятеро одновременно, исходя из технических возможностей студии. Но это плохо, это уныло: пять сидящих в ряд человек. Так было только один или два раза, и то не нарочно – так получилось, мы не виноваты, они сами пришли.

Поэтому будем считать, что максимальное количество гостей в первом самом длинном блоке – четыре человека на 16–18 минут. Оптимальное – трое-четверо.

В блоках длительностью 10–12 минут оптимально двое гостей, возможно – трое, возможно, но нежелательно – четверо. Родитель и мелкий ребенок при этом считаются за одного.

Больше – плохо. И потому, что у зрителей в глазах начнет рябить, они просто не запомнят, кто все эти люди. И гости

ничего толком сказать не успеют. Четверо на 16–18 минут это примерно по 4 минуты на человека, куда еще меньше-то?

Да, есть разговорные программы, где одновременно может находиться и больше пятерых участников. Но тогда они говорят последовательно, не одновременно участвуя в разговоре. Или это в большей степени шоу, чем интервью, тогда и надо, чтобы у зрителей рябило в глазах.

На радио количество человек, беседующих в студии, не должно превышать трех, не считая ведущего. Если их больше, то слушателям трудно, а иногда и невозможно идентифицировать каждого участника. Иначе придется каждый раз напоминать слушателям, кто говорит.

Гость имеет право выбирать, с кем он будет в эфире

И гость имеет право знать, кто будет в эфире, кроме него.

Разные у людей бывают отношения. Кто-то с кем-то в один эфир ни за что не сядет. Ну и, соответственно, тут уже нам приходится выбирать: кто из гостей нам дороже и нужнее. Иногда приходится извиняться: «Ок, мы вас понимаем, простите за беспокойство, тогда в другой раз».

Иногда можно договориться о том, что гости заходят в студию по очереди, а сейчас выручают Skype и Zoom: люди формально в одном в эфире, но в разных помещениях, может быть, и в разных городах.

Давным-давно был случай, когда гостей в студию заводи-

ли не просто по очереди, а по разным лестницам. Депутат Антон Баков обвинил другого депутата, Павла Федулёва, в организации убийства своих друзей, тоже депутатов. Оба согласились прийти в эфир. У обоих вооруженная охрана – можете представить накал страстей. Решили, что лучше им друг друга вообще не видеть – всерьез опасались перестрелки.

Федулёву, кстати, лет пятнадцать сидеть осталось.

Гость ставит условия

К сожалению, мы не можем приказать гостю явиться в эфир или привести его под конвоем (было бы удобно).

Поэтому приглашение гостя – это просьба прийти.

Гость ничего нам не должен.

Мы понимаем, конечно, что если уж человек решил потратить свое время, выполняя нашу просьбу, то какой-то свой интерес у него есть.

Кто-то сознательно «работает лицом»: люди, которым по роду деятельности нужна публичность и известность, политики, те же адвокаты.

Кому-то интересно посмотреть, как телевидение устроено внутри.

Кто-то тщеславен, и ему нравится быть в числе людей, которых зовут в «телевизор».

Ну и, в конце концов, поход на телеканал или радиостан-

цию – это какое-никакое событие. «Мама, смотри, я в телевизоре!»

Но все-таки – мы позвали, значит, нам оказывается любезность, и гость может ставить условия, имеет моральное право.

Вот обычные просьбы гостей, не связанные собственно с интервью, с тем, что происходит в студии. И мы эти просьбы выполняем. Как правило, если что-то не сломается.

- Обеспечить парковку.
- Встретить у входа в телекомпанию, у входа в здание, где расположена телекомпания, на парковке, за шлагбаумом, перед шлагбаумом на парковке.

Это просят редко, просят менеджеры звезд, и мы встретим, конечно, хоть за, хоть перед шлагбаумом. Мы встретим звезду с той степенью почтения и восхищения, что она ждет. Иначе мы получим звезду с испорченным настроением и плохое интервью – мы себе не враги.

Кроме этого, легко и просто:

- Чай/кофе.
- Сфотографировать в эфире, до эфира, после эфира.
- Помочь выбрать, в какой одежде идти в эфир.
- Рассказать, как получить запись интервью.

Но есть просьбы, которые мы не выполним:

- Покормить. Не конфетами, конфеты у нас есть, – настоящим обедом. Иногда просят.
- Оплатить проезд, если гости не из Екатеринбурга.

– Заплатить гонорар за участие в программе. У нас нет на это бюджета.

– Обеспечить проезд на парковку для автобуса, который на парковку не помещается.

Это была арт-группа Soprano Михаила Турецкого. Попросили парковку – ок, разумеется. Они подъехали, их менеджер раздраженно звонит: почему не встречаете, почему шлагбаум не поднимается, почему нас не пускают на парковку? Оказалось, девушки из Soprano, четыре из них, передвигаются на автобусе таких размеров, что на парковку он просто не поместится, не влезет и не вылезет. Пришлось артистам пройти метров пятьдесят.

Что делать, если гость сильно волнуется?

Успокаивать, объяснять, что это нормально, разговаривать. Я иногда начинаю рассказывать какие-то истории, болтать, чтобы гость ко мне привык и тоже на меня настроился. То есть беседа начинается еще до того, как мы войдем в студию, продолжается в студии, человек привыкает, успокаивается, и не очень заметно мы переходим к записи: сидим будто как раньше, продолжаем тот же разговор.

Если гость сам признается, что сильно волнуется, можно сказать: «Прекрасно! Это правильно, волнуйтесь дальше».

Признать проблему, как известно, – наполовину ее решить, очень помогает.

А вообще, все в большей или меньшей степени волнуются.

Женщины волнуются еще и о том, как они выглядят, а не только о чем они говорят. Тут помогает посещение гримерки и заверение гримера, что выглядит гостя прекрасно.

Волнение естественно. Когда знаешь, что на тебя сейчас смотрят сотни тысяч человек, невозможно не волноваться.

Гость пришел, но в эфир идти отказался

Светлана Камынина, сериальная актриса, не первой величины звезда, в Екатеринбурге на гастролях. Организаторы ее предложили в эфир ОТВ, в «События. Итоги дня». Мы согласились взять, почему бы нет.

Настроение у нее было дурное, раздражало все: стены, пол, ведущие, гримерка, гример. Раздражение нарастало, нарастало, наконец гостя развернулась и ушла.

Я пришел из студии, где записывал другую программу. Смотрю, глаза у всех круглые, лица удивленные. Что случилось? – спрашиваю. Рассказали.

Самый большой шок был у организатора гастролей Камыниной, который к нам ее приводил.

Но бывает, гости не доходят даже до здания, где расположена студия.

Что делать, если гость не пришел?

Любимый мой режиссер Сергей Соловьев до нас вообще не дошел. Мы его ждем на запись – его нет. Звоним организаторам – те не понимают, куда он пропал, он же пошел к нам. Оказалось, режиссер пошел из Ельцин-центра на телевидение, но был так очарован красотами осеннего Екатеринбурга, что решил погулять по городу. Правда, ходят слухи, что причина куда менее романтична и куда более банальна. Неважно. Зато я, пока готовился к разговору, и много нового из биографии режиссера узнал, и «Черную розу – 2» пересмотрел, всё не зря.

С тех пор у нас правило – заезжих звезд мы по возможности не планируем в эфир в тот же день, когда назначена запись.

Но что делать, если гость не пришел, заплутал, заболел, был вызван к губернатору, и мы об этом узнали за пару часов до эфира и найти кого-то другого никак не успеваем? Ставим повтор.

Многолетняя практика показала, что повтор хорошего интервью с интересным гостем на тему, не привязанную к моменту, на рейтинге сказывается самым благотворным образом.

Но ладно, если это программа с одним постоянным ведущим, а что, если, как у нас в инфошоу «События. Итоги дня», восемь ведущих, четыре «мальчика», четыре «девочки», эфир ведет разнополая пара, и сочетание ведущих

в этой паре может быть любое, что делать в таком случае? Подобрать повтор с той же парой, что сегодня ведет эфир, да еще в той же одежде, невозможно. Тем более гость может и за десять минут до эфира сообщить, что он стоит в пробке и никак не успевает. Было принято решение подготовить повторы с хорошими вневременными гостями и показывать их в случае чего, не пытаясь попасть, так сказать, в масть.

Собственно, все это было рассказано, чтобы показать: если мы гостя позвали и он согласился, то он придет. Вероятность, что гость по дороге в студию куда-то денется, статистически несущественна.

Гость ушел во время интервью

Итак, гость заманен в студию – главная часть нашей работы выполнена. Чтобы человек встал из-под камер и ушел, бывает крайне редко. За тридцать два года в этом fucking show business знаю только два случая.

Первый был лет пять-семь назад. Пришел человек в агитационный эфир на каких-то очередных выборах. То есть этого гостя мы не выбирали, не приглашали, его прислал избирательный штаб «Единой России». Я спрашиваю:

– О чем вы будете говорить?

Гость улыбается (надо заметить, несколько странно) и отвечает:

– О выборах.

Объясняю ему, что об этом я как раз догадываюсь, но, если он подскажет темы, я смогу ему помогать в эфире. Это же агитация, особый режим, не интервью; у меня к этому человеку своих вопросов нет, и вообще я его первый раз вижу. Гость продолжает странно улыбаться и заверяет – он справится.

Ок, начинаем. Слава богу, это запись. Гость довольно бодро стартует, но говорит все медленнее, тише, взгляд становится расфокусированным, наконец он замолкает, продолжая странно улыбаться, молчит какое-то время и выдает: «Наверное, я больше не смогу».

Звоню в избирательный штаб, все это описываю, там только вздыхают. Не получилась агитация. Больше этого человека на политических мероприятиях никто не видел.

И второй случай, совсем недавний, прошлого года.

На этот раз гость «Акцента» – заведующая отделением одной из городских больниц. Признается, что первый раз на телевидении. Но в 2020 году это совершенно стандартная ситуация, когда медик, до этого ни разу не медийный, впервые приходит на ТВ поговорить на главную тему года. Все, разумеется, волнуются, кто-то больше, кто-то меньше, обычная история.

Но чтобы гость так волновался, я первый раз видел за 32 года в нашем шоу-бизнесе. Причем зияющая пропасть волнения открылась, только когда сели в студии писаться. Мы начали, записали минуты три, остановились, снова начали,

записали три минуты, остановились. И так четыре раза.

Она говорила примерно так: «Для профилактики COVID-19... Боже, я что говорю... Для профилактики COVID-19, мы рекомендуем... Боже, что несу... Для профилактики COVID-19... Ха-ха, вы же это вырежете...»

Не видел такого никогда и надеюсь, никогда больше не увижу. И до сих пор радуюсь, что это был не прямой эфир – не выгребли бы никак. А ведь ничто не предвещало. До того как мы вошли в студию, волнение гостыи читалось, но самое обычное.

И это тот случай, когда никто не виноват: ни те, кто организовывал гостью, ни она сама. Никто не ожидал такой паталогической реакции не телестудию.

Можно ли подружиться с гостем?

Один и тот же человек может приходить в эфир десятки раз. Он, допустим, депутат, лет двадцать как депутат, хороший спикер, поэтому зовем его каждые два месяца, за двадцать лет это сто двадцать эфиров. Мы своих родственников, если они живут в других городах, так часто не видим. Какие-то личные отношения неизбежно возникнут.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.