

Программа по заявкам, прекрасная и ужасная

(отрывок из книги Аллы Волгиной «Я – диджей»)

По инерции ли, потому ли, что так положено на музыкальных радиостанциях, а, может, просто заменить нечем, но этот жанр - программа по заявкам - ставший почти анахронизмом, ещё встречается в эфире. Частенько и ведущие, и даже программные директора считают, что лучше бы её не было. Вести её, дескать, неинтересно, да и «нормальные люди в программу по заявкам не звонят».

Бессилие порождает высокомерие. Творческое бессилие. Увы, задачи программы по заявкам, понимаются слишком утилитарно. Ведущий, точно телеграфист, воспроизводит слово в слово то, что скажет или напишет абонент-слушатель, а именно: «кошка-мышке или львица-медвежонку, или любящая Ж-любимому М, и всем, кто меня знает, передает привет и желает счастья, любви, здоровья». Вот собственно и все. И так на каждой песне!

Возможно, те «медвежата» и «котята» счастливы, а как же аудитория? Она реагирует резким снижением внимания, что отражается на рейтингах радиостанции в этом отрезке эфира. Так программа по заявкам стала провальной априори. Однако были и другие времена и нравы. Помните проникновенную интонацию диктора в передаче «В рабочий полдень» на советском радио? Или программу «Презент» на «Европе плюс» начала 90-х, рейтинг которой зашкаливал за облака?

Конечно, тогда ещё люди писали письма на радио и рассказывали свои житейские истории в них. Тогда ведущие ещё действительно выполняли музыкальные заявки, но не в этом дело! Аудитория привыкает к любым правилам игры, кроме скучных.

Не для кого уже не секрет, что нынче песни в программах по заявкам заранее уже «заказаны» музыкальным редактором и стоят в плейлисте, а по предварительному «сговору» с ведущим слушатель озвучивает название той песни, что выпала ему по очереди. Это в случае, если радиостанция зачем-то ещё играет в игру «закажи песню и обломись». Там же, где эта игра отменена, ведущий проводит в жизнь игру «передай привет и отвали».

Сплошь и рядом на радиостанциях успешно совмещаются обе эти забавы. Между тем, предназначение программы по заявкам не в том, чтобы удовлетворить потребности звонящих туда слушателей, а в создании особой

атмосферы взаимодействия слушателя и ведущего. Именно этим она отличается от обычного линейного эфира.

Именно процесс общения может стать (или не стать) интересным для аудитории. Однако об этом как раз и забывают ведущие, увлекшиеся чтением однотипных СМС-сообщений или тиражированием шаблонных телефонных разговоров. В этот момент радио превращается в почту, утреннюю или вечернюю, согласно сетке вещания. А ведущий в обслуживающий персонал.

Что, слушатель сегодня какой-то не тот пошел? Придурковат или тормознут? А никто и не обещал вас, товарищи ведущие, развлекать, это ваша профессиональная обязанность. А со слушателя, что звонит в программу по заявкам, взятки гладки. Он в ста случаях из ста будет желать счастья, здоровья и любви или просто «главное здоровье, остальное приложится».

Чтобы человек разговорился в эфире и начал вспоминать какие-то другие слова ещё, ведущему хорошо бы разговорить его, дать время, проявить искренний интерес, представлял, куда его вести. Хорошо бы не просто атаковать звонящего случайными вопросами, а этими вопросами и ответами сформировать у слушателя картинку происходящего:

- Празднуете день рождения?
- Где?
- А что на столе?
- Какие подарки?
- Радуетесь ли именинник вашему звонку на радио?
- Может быть, сбылась его заветная мечта?

Примеров вопросов может быть бесконечное множество, сама ситуация подскажет. Можно обойтись и вовсе без них, лишь комментируя звонок или СМС. Неважно, всё неважно, кроме того, КАК вы это делаете. Из этого КАК рождается ЧТО именно происходит в эфире, и ЧТО в результате слышит аудитория. А это и есть то, ради чего, по идее, затевается радиостанция.

И по иронии судьбы именно в программах по заявкам интерес аудитории напрочь игнорируется! Потому как бесконечные приветы, перечисление имен, кличек никому, кроме горстки звонящих, а также их родителей, сватьев и братьев, неинтересны даже ведущему!

Звонок, СМС, письмо это не цель программы по заявкам, а средство! Инструмент настройки аудитории на определенный лад, лирический ли,

драматический, юмористический или бодряще веселящий. Поэтому эта программа обладает и большим творческим потенциалом, и высокой вредоносностью для аудитории одновременно! И только от личности ведущего зависит, чем именно она станет в эфире.

Удивительно, что программы по заявкам при таком уровне исполнения ещё остаются в сетке вещания радиостанций, хотя всё чаще программные директора отказываются от них. Значит, какой-то смысл в них есть. Есть необходимость общаться со своей аудиторией напрямую, а не только «вещать» в одну сторону (как это делает линейный диджей) или устраивать междусобойчик с партнером по эфиру (как это происходит в различных шоу).

Слушатели, точно так же как радиостанция, желают быть услышанными. И, когда это удается, аудитория благодарно откликается повышением внимания. В итоге выигрывают все!

PS Я неоднократно спрашивала себя, смогла бы я вот так на огромную аудиторию кричать о своей любви к мужчине, захлебываясь от счастья, признаваться в преданности друзьям, говорить родителям о том, как они мне дороги, в общем, обнародовать свои сокровенные чувства? Именно ответ на этот вопрос мне помогал с большим уважением, а, порой, и восхищением, относиться к звонящим в программу по заявкам.