

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**«Творческая индивидуальность радиожурналиста Антона Ореха  
(авторские проекты «Реплика» и «Радиодетали»)»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 431 группы  
направления 42.03.02 «Журналистика»  
Института филологии и журналистики  
Агаджановой Валерии Владимировны

Научный руководитель:  
проф., д.филол.н., проф

\_\_\_\_\_  
должность, уч. степень, уч.звание

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Е.Г. Елина

\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Научный консультант:  
доц., к.филол.н.

\_\_\_\_\_  
должность, уч. степень, уч.звание

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

М.В. Ерохина

\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Зав. кафедрой:  
д.филол.н., проф

\_\_\_\_\_  
должность, уч. степень, уч.звание

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

В.В. Прозоров

\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Саратов  
2022

## Введение

С точки зрения А.А. Шереля, в структуре современных средств массовой информации радио, наряду с Интернетом, остается максимально оперативным и самым удобным («неприхотливым», «комфортным») для восприятия аудиторией. Прослушивание радиопрограмм, как правило, не требует отказа от повседневных дел, его можно совместить практически с любой деятельностью (уборкой, работой, хобби)<sup>1</sup>.

Еще до появления радио было доказано, что человек в меру своих возможностей и развития ассоциативного мышления пытается перевести звуковые впечатления в зрительные. Радио, ориентированное прежде всего на слуховое восприятие, по сравнению с другими СМИ сильнее всего оказывает влияние на воображение человека.

**Тема** нашего исследования связана с изучением особенностей коммуникативных стратегий современного российского радиоведущего, Андрея Кравченко, выступающего под псевдонимом Антон Орехъ. Для этого мы обратились к анализу эфиров единственной чисто информационной и одной из наиболее популярных и качественных радиостанций FM-диапазона – «Эхо Москвы».

За 30 лет работы на радиостанции Орехъ был автором и ведущим многих проектов, определявших уникальный формат «Эха Москвы». Его авторский подход к подаче материалов, выбору и ракурсу освещения тем задавал не только мейнстрим аналитической повестки, но и был важной частью общерадийной интонации. С этим мы связываем **актуальность нашего исследования**, которая усиливается также и тем, что радиостанция «Эхо Москвы» прекратила свое вещание 4 марта 2022 года, а архивы, сайт радиостанции и ее аккаунты в социальных сетях были удалены.

---

<sup>1</sup>Шереля, А.А.Радиожурналистика. М.,Издательство Московского университета,- 2000.- С.170.

Следовательно, в своей работе мы обращаемся к фиксации важных персональных журналистских траекторий в истории знакового для российской журналистики средства массовой информации. Впервые системно анализируя творческую биографию радиоведущего Антона Ореха, мы фиксируем и осмысливаем важную авторскую страницу исторической хроники «Эха Москвы», что определяет **новизну исследования**.

**Целью** данной работы стало выявление и описание речевых «инструментов», с помощью которых происходит установление необходимой эмоциональной и смысловой коммуникации ведущего со слушателями в устном публичном дискурсе радио. Такие «инструменты» необычайно важны для радиоведущего, ведь он, в отличие от телеведущих, лишен возможности воздействовать на аудиторию с помощью визуальных каналов.

**Предметом** нашего исследования выступили коммуникативные стратегии, которые использует радиоведущий в своих передачах. В рамках нашей работы понятие коммуникативной стратегии мы напрямую связываем с понятием активности автора текста. **Объектом** исследования стали радиоэфирные передачи «Реплика Антона Ореха» и «Радиодетали» на радиостанции «Эхо Москвы».

Для достижения поставленной цели нам предстоит решить следующие **исследовательские задачи**:

- проанализировать выпуски программ «Реплики Антона Ореха» и «Радиодетали»: выявить и обозначить особенности композиционного и сюжетного построения передач; проанализировать манеру ведения ведущего; выявить определяющие факторы при выборе той или иной коммуникативной стратегии;

- выяснить, какие приемы коммуникативных стратегий наиболее эффективно воздействуют на слушателя, и какие из них наиболее типичны для Антона Ореха.
- определить, в чем состоит творческая индивидуальность журналиста.

**Структура работы** определяется указанными выше задачами и состоит из введения, трех глав, заключения и библиографии.

Первая глава посвящена жанру, в котором журналист работал дольше и чаще всего: реплике. Во второй главе мы обращаемся к анализу книги Антона Ореха в соавторстве с Николаем Александровым «Радиодетали: Голоса на бумаге». Третья глава включает в себя анализ медиа-высказываний Антона Ореха, что позволит понять, что для радиоведущего значит «качественная журналистика», что Орех не приемлет в работе, как журналист относится к выполнению профессионального долга и что есть журналистика для Ореха – ремесло или искусство.

В Заключении приводятся обобщающие выводы и намечаются дальнейшие перспективы исследования, завершается работа списком использованных источников.

## **Глава 1. Реплика Антона Ореха**

### ***Определение жанра «реплика»***

Опираясь на определения термина реплика в рассмотренных нами работах Е.В. Шашковой, Р.П. Баканова и М.И. Шостак, мы выявили своё определение «реплики»: это информационно-аналитический жанр журналистики, выраженный в форме оперативного лаконичного сообщения и отражающий субъективное мнение автора о конкретном событии или явлении социальной практики.

Важно подчеркнуть, что и сам Орехъ дал свое определение этому жанру. Журналист затруднился однозначно определить жанр передачи, отметив, что «Реплика» – это «краткая, оперативная реакция на злободневное событие, имевшее место в 99% случаев именно сегодня»<sup>2</sup>.

### ***История становления жанра***

В этом жанре также работают: телевизионные передачи «Реплика» («Россия-24») и «Однако» (Первый канал), «Реплика» («Эхо Москвы»), «Взгляд Максима Кононенко» («Вести FM»), «Реплика» Станислава Кучера («Коммерсант FM»), «Реплика» Андрея Норкина (радио «Комсомольская правда»)<sup>3</sup>.

Что же касается истории развития жанра на выбранной нами радиостанции «Эхо Москвы», стоит отметить, что Антон Орехъ, публикующий реплики с 2007 года, – не единственный журналист в этом средстве массовой информации, кто работал в жанре реплики. Если во время существования сайта радиостанции вписать в поисковую строку сайта радиостанции ключевое слово «реплика», можно было увидеть, что Матвей Ганапольский, Алексей Венедиктов, Сергей Бунтман, Владимир Варфоломеев, Владимир Кара-Мурза и Андрей Черкизов работали в том же жанре, что и Антон Орехъ.

Орехъ не является новатором или «первопроходцем» радиостанции в работе с жанром реплики. Однако, несмотря на то, что он начал свою деятельность через восемь лет после первой прозвучавшей в эфире реплики, Антон Орехъ – единственный журналист «Эха Москвы», кто твердо удержался в этом жанре и проработал в нем наибольшее количество лет.

### ***Основные принципы работы в жанре реплики***

Жанр реплики не предполагает ни развития истории, ни аргументов, ни различных спектров ситуации, ни длительной рефлексии. Следовательно, журналист должен за максимально короткое время взять самую спорную тему, зацепить слушателя и осветить это важное событие со своей точки зрения.

---

<sup>2</sup>Каширин, А.А. Жанровое своеобразие передачи «Реплика» на радиостанции «Эхо Москвы»/ А.А. Каширин//2013.- С.192.

<sup>3</sup> Там же.

Нам необходимо понять, как в эти рамки вписывается радиожурналист Антон Орех, и насколько профессионально он справляется с поставленными задачами. Орех привлекает внимание читателя уже в первом предложении, заставляя дослушать материал до конца, даже если начало реплики практически не переплетается с темой материала.

Так же один из приемов, который Антон Орех использует при построении реплик, – кольцевая композиция. В начале материала журналист выдвигает тезис, как правило ироничный, который так или иначе связан с темой самой реплики. Далее корреспондент рассуждает о вопросе. В финале реплики для создания комичного эффекта, а также правильного расставления акцентов Орех повторяет ироничный компонент из начала материала.

Безусловно, основным вектором работы Ореха над репликами является политика, но главное – пороки и проблемы власти и общества, которые касаются каждого гражданина России. К примеру, вопросы экономики и инфляции, так или иначе, затрагивают всех. Так, в реплике от 15 ноября 2021 года «Инфляция? Не слышали!» журналист говорит об экономической ситуации в стране.

Задача журналиста – указать на пороки власти, для того чтобы если у самого Ореха и не получится изменить ситуацию, он хотя бы постарался открыть людям глаза на то, что в его понимании, является правдой.

Помимо этих профессиональных приемов, Орех в попытке донести до аудитории нужную мысль пользуется и яркими художественными средствами выразительности: риторическими вопросами, иронией и сарказмом.

Орех оперирует этими художественными средствами, чтобы его материал запомнился слушателю. Журналист словом заставляет аудиторию встать на его сторону, убеждает слушателей в своей правоте. Таким образом, у него получается задеть все стороны конфликта, всех слушателей.

Авторская мысль не только объединяет разнохарактерный, на первый взгляд, материал, но и сама служит концентрацией проблемы, ее выражением, она сама становится актуальной информацией.

## *Аудитория*

Орехъ собрал свою аудиторию, которая в свою очередь сходится с журналистом во взглядах на многие вещи, аудитории интересно мнение человека, который говорит с ними из радио или на экранах смартфонов.

Судя по материалу реплик Ореха, трудно определить признаки целевой аудитории журналиста. Во всяком случае, учитывая лексику, используемую Орехом, и затрагиваемые им темы, журналист публикует свои «политические комментарии» для русскоговорящих лиц старше 35 лет.

Что касается аудитории Антона Ореха, то на сайте радиостанции, где выходили все печатные копии реплик Ореха, на каждой публикации в среднем по 1.500 просмотров. Комментариев мало – буквально единицы. Таким образом, мы делаем вывод, что, в общем и целом, отклик на сам жанр реплики невелик. Вероятнее всего, это потому, что цель, которой добивается Орехъ в своих журналистских материалах – изменить что-то в сознании своей аудитории, чтобы слушатели или читатели смогли по-другому взглянуть на какие-то события. Следовательно, жанр сам по себе не предполагает высокого отклика аудитории.

Комментарии в этом жанре, как правило, неуместны, ведь реплика выражает субъективное мнение её автора. Если кто-то и хочет поделиться своим мнением в ответ, он это и делает, но таких людей, как и показывают цифры, единицы.

## *Специфика публикаций Антона Ореха*

Антон Орехъ всегда уверен в своих высказываниях. У него четкая поставленная речь и отличная дикция. Любой материал, диалог, передача вне зависимости от тематики работы, проходит легко, свободно без каких-либо затруднений. Это можно аргументировать тем, что Орехъ – профессиональный журналист.

Орехъ известен благодаря своей иронии и умению любое событие преподнести в ироничной манере. Таким образом, он косвенно дает понять аудитории, что что-то в мире происходит «неправильно». А что именно,

человек должен понять и осознать сам. Журналист лишь посредством литературных приемов подает свое мнение, с которым аудитория вольна соглашаться или не соглашаться.

Однако так как реплика в СМИ – это компетентное мнение человека, обладающего основательными знаниями, хорошо осведомлённого в какой-либо области, Орехъ так преподносит свой «субъективный» взгляд на ту или иную ситуацию, что не согласиться с ним очень трудно.

## **Глава 2. «Радиодетали: голоса на бумаге»**

### ***Вопрос жанра радиодеталей***

В 2010 году Антон Орехъ в соавторстве с Николаем Александровым выпустил книгу «Радиодетали. Голоса на бумаге». В сборнике представлены расшифровки лучших радиоэфиров.

Несмотря на то, что в книге мы видим печатный текст, это все же публицистический материал, предназначенный для радиоэфира. Радиодетали представляют собой новости, интерпретированные в собственной стилистике журналистов, где журналисты говорят о необычных, забавных, а порой и абсурдных событиях со всего мира.

Радиодетали, как пример проявления «новостей на радио» – с одной стороны, информационный жанр публицистики. Ведь они отвечают наиболее существенным, по мнению В.В. Смирнова, и значимым для восприятия показателям: объективность, оперативность, компетентность, актуальность и доходчивость<sup>4</sup>.

Радиодетали заключают в себе и черты аналитической публицистики, так как «Аналитическая журналистика предлагает аудитории рассмотрение событий, пропущенных через отношение к ним журналиста. Она может

---

<sup>4</sup> Смирнов, В.В. Жанры радиожурналистики: учебное пособие. Информационные жанры радиожурналистики [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text9/44.htm> (Дата обращения: 16.02.2022). Загл. с экрана. Яз. рус.



оказывать прямое воздействие на общественное мнение. Ядро аналитики составляет аргументация, система доказательств, направленных на подтверждение определенной точки зрения. Анализ предполагает наличие собственной точки зрения на предмет исследования, основанного на изучении всех возможных обстоятельств события»<sup>5</sup>.

Следовательно, мы можем сделать вывод о том, что радиодетали, как и реплика Антона Ореха, относятся к информационно-аналитическому жанру публицистики.

### ***Основные принципы работы над радиодеталью***

В книге нет дат публикаций, заголовков новостей, диалогов соведущих или комментариев. Только иллюстрации и новости, интерпретированные в собственной стилистике журналистов.

Сначала авторы выстраивают контекст, объясняют, что случилось и в чем абсурдность происходящего. Последнее предложение, как правило, является ироничным мнением журналистов. Ироничное высказывание ставится в конец радиодетали – слушатель ждет «шутку» от авторов и дослушивает материал до конца.

Иногда журналисты используют в речи сниженную разговорную лексику («зырит»). Авторы программы – образованные, квалифицированные журналисты, которые умеют менять подачу и стиль речи в зависимости от задач, темы, жанра и образа передачи, которую они ведут. Следовательно, употребление жаргонизмов и лексики подобного рода – прием, который Орехъ и Александров используют для увеличения степени комичности материала.

Несмотря на то, что авторы, как правило, ключевую фразу выносят в конец радиодетали, чтобы, как было сказано выше, удержать внимание

---

<sup>5</sup>Смирнов, В.В. Жанры радиожурналистики: учебное пособие. Аналитические жанры радиожурналистики [Электронный ресурс] URL: <http://evartist.narod.ru/text9/45.htm> (Дата обращения: 16.02.2022). Загл. с экрана. Яз. рус.

слушателя, журналисты также используют сарказм и иронию на протяжении всего материала, чтобы указать на ошибки героев новостей, их пороки и т.д.

Несмотря на то, что журналистика должна быть объективной и не должна нести в себе субъективного мнения автора, формат радиодеталей подразумевает оценочное суждение журналистов. Иногда журналисты рассказывают о том или ином случае, косвенно выражают свое мнение по данному вопросу, дают читателям и слушателям понять, что в ситуации приемлемо, а что нет.

Помимо иронии и сарказма в радиодетелях журналисты часто прибегают к такому приему как аллегория (выражения чего-нибудь отвлеченного, какой-нибудь мысли, идеи в конкретном образе). Чаще всего Орехъ и Александров используют аллегории по отношению к месту, в котором происходят события, заменяя, например, конкретную страну образом, как правило, Родины того или иного известного человека. Однако радиоведущие не используют имена деятелей, известных каждому. Слушатель должен быть эрудирован, чтобы понимать, о чем идет речь.

Радиоведущие в качестве средства выразительности речи довольно часто используют парцелляцию (экспрессивный синтаксический прием письменного литературного языка: предложение интонационно делится на самостоятельные отрезки, графически выделенные как самостоятельные предложения). Этот прием позволяет журналистам добавить в свой материал динамику.

Исходя из всего вышесказанного, мы можем сделать следующий вывод. Авторы конструируют свои материалы так, что внимание аудитории не теряется до самого конца новости. Кроме того, слушать и читать радиодетали – интересно, весело и легко: в материалах мы находим забавные случаи со всего света, а грамотно выстроенный текст и сам подбор новостей не оставляет аудиторию равнодушными. Легкий слог, и простая лексика ориентируют материал на широкую аудиторию. Следовательно, журналисты выбрали правильную стратегию не только для страниц книги, но и в рамках радиоэфира.

### *«Реплика Антона Ореха» и «Радиодетали». Тематика*

«Реплики Антона Ореха» преимущественно затрагивают общественно-политические и экономические темы. «Радиодетали» же, в свою очередь, касаются множества тем – от медицины до криминала, от забавных историй с детьми до казусных историй про празднование Нового года.

Безусловно, ключевым средством выразительности в обеих радиопрограммах является ирония. Однако реплики – серьезное высказывание журналиста, на волнующую его тему. Несмотря на то, что Орехь также использует в репликах сарказм и иронию, он высмеивает пороки власти и общества в глобальном масштабе, но на конкретных ежедневных примерах.

Суть радиодеталей заключается в том, что ведущие пусть и говорят о пороках общества, они скорее высмеивают конкретные случаи, а не глобальные проблемы.

Стоит отметить, что и в «Радиодеталиях», и в «Репликах» журналисты не просто используют иронию, как стилистический прием. Основную мысль и идею радиоведущие фиксируют в конце материала, чтобы эти слова остались в памяти у слушателя. Таким образом, авторы наталкивают аудиторию на размышления о главном.

Следовательно, мы можем сделать вывод о том, что «Радиодетали» и «Реплика Антона Ореха» схожи в стилистике, использовании определенных средств выразительности и построении текстов. Однако подача самого материала и цели, которые преследуют авторы в том и другом случае, отличаются.

### **Глава 3. Медиа-высказывания Антона Ореха**

Антон Орехь не часто ходит на интервью и редко высказывается о работе коллег по цеху. Однако для того, чтобы сформировать полноценный образ

Антон Ореха, как радиожурналиста, мы проанализировали существующие медиа-высказывания радиоведущего. После чего мы сделали следующие выводы:

1. Одной из целей своей работы Антон Орех видит информирование граждан о происходящем в мире. Несмотря на то, что аналитическая составляющая присутствует и в репликах, и в радиодеталях, над которыми работает журналист, для него важно не просто анализировать ситуацию и наталкивать людей на размышления о чем-то глобальном. Иногда простая информирующая функция журналистики тоже становится на первый план.
2. Кроме того, Орех понимает, что новости, как правило, связаны с негативными событиями, но несмотря на это и несмотря на то, что «правда никому не нужна», радиожурналист видит пользу в своей работе и осознает ее важность для общества.
3. Журналистская работа для Антона Ореха - это и искусство, и ремесло. В некоторых случаях журналист пишет «от сердца», потому что его волнуют герои, проблема или ситуация, но иногда приходится выполнять свою работу и писать материал, потому что у редакции существуют свои правила и сетка вещания, в которую журналист, если хочет сохранить место работы, должен вписываться.
4. Орех понимает, что его материалы, создаются не для удовлетворения его собственных потребностей, они предназначены для аудитории: читателей и слушателей.
5. Антон Орех не только ответственно подходит к созданию своих материалов, он понимает риски своей профессии и осознанно на них идет. Следовательно, для журналиста первоочередным становится выполнение профессионального долга.
6. Для журналиста приоритетными понятиями становятся уважение к коллеге, чувство такта и умение слушать. Уважение к другим журналистам проявляется и в том, что радиоведущий в публичном пространстве

старается избегать критики своих коллег. Это доказывает, что Антон Орехъ не только неконфликтный человек, но и профессиональный журналист.

7. Для Антона Ореха, как радиоведущего, одной из ключевых черт журналистики за годы работы в эфире стала честность. «Нести людям правду» – основная задача и функция журналиста.

## **Заключение**

Исследовав ряд радиоэфиров, мы выявили, что ключевым стилистическим элементом в обеих информационно-аналитических передачах Антона Ореха является ирония. Она же профессионально используется радиожурналистом в построении коммуникативных стратегий.

Несмотря на то, что в «Репликах» журналист придерживается тем, связанных с политикой и экономикой, общественно-политическая сфера жизни людей – не единственная, которая привлекает Ореха. В Радиодеталиях корреспондент работает с новостями по любой тематике: медицина, животные, дети, спорт и т.д.

В рамках данной работы мы рассмотрели две передачи радиоведущего: «Реплики Антона Ореха» и «Радиодетали». Однако журналист работал и над множеством других проектов: «Один», «Персонально ваш», «Русский бомбардир», «Один Высоцкий», «Бомбардиры», «Голеностоп шоу» и другие. Изучение этих программ может, на наш взгляд, составить интересную перспективу для дальнейшего направления исследований в этой области.