

ОБУЧЕНИЕ НА РАССТОЯНИИ ДЛЯ ЖУРНАЛИСТОВ

# ИНТЕРВЬЮ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ: РАЗНЫЕ ЗАДАЧИ – РАЗНАЯ ТЕХНИКА ИНТЕРВЬЮИРОВАНИЯ

*(ПРАКТИЧЕСКИЕ СОВЕТЫ)*

Пособие для журналистов, разработанное на основе вебинара на онлайн платформе [www.mediaforum.md](http://www.mediaforum.md)



проведенного Андреем Гурковым

**АНДРЕЙ ГУРКОВ** экономический обозреватель Deutsche Welle. Работает в медиакомпании Deutsche Welle с 1993 года, занимаясь и радио, и телевидением, и онлайн-журналистикой. Живет в Кёльне и помимо основной работы регулярно выступает в качестве эксперта в различных немецких СМИ. Жизнь Андрея Гуркова с детства проходила попеременно: то в России, то в Германии. Он родился в 1959 году в Москве, а рос в ГДР, в Восточном Берлине, а затем в ФРГ, в Бонне, где его отец работал корреспондентом одной из советских газет. Он изучал журналистику в Московском университете, а дипломную работу писал в университете Лейпцига. Во время перестройки его пригласили в 1987 году в еженедельник «Московские новости», где он стал главным редактором его немецкого издания, выходившего с 1988 по 1993 год в Кёльне под названием Moskau News.

Онлайн платформа для медиа профессионалов [www.MediaForum.md](http://www.MediaForum.md) издается Советом прессы Республики Молдовы. Обучение на расстоянии для журналистов проводится в рамках проекта «Содействие развитию критического мышления, продвижение альтернативных методов профессионализации и укрепление этических стандартов журналистики через онлайн платформу [www.MediaForum.md](http://www.MediaForum.md)», который реализуется Ассоциацией независимой прессы (API) при поддержке Программы Масс-Медиа Фонда Сороса в Молдове.

Мнения, выраженные в данной публикации, принадлежат авторам и не обязательно совпадают с мнением доноров.

## ВВЕДЕНИЕ

### Интервью: жанр и инструмент

**Интервью** – классический и каждодневно используемый жанр журналистики. Он весьма популярен среди самих журналистов, что порой порождает иллюзию его универсальности: этот жанр представляется уместным и востребованным всегда и везде. Однако в цифровую эпоху, в условиях доминирования электронных СМИ, формы использования интервью изменились. Соответственно изменились задачи и техника интервьюирования.

Магистральное направление развития жанра состоит сегодня в том, что интервью как способ подачи материала все больше перемещается из СМИ, работающих с текстами, в аудиовизуальные медиа – на телевидение и радио, а там наиболее ходовыми форматами оказываются либо короткие оперативные интервью в прямом эфире в информационно-аналитических программах, либо длинные и сверхдлинные беседы «звёздных» интервьюеров с избранными собеседниками, причем такой формат пользуется растущей популярностью и в интернете.

Однако подобная эволюция жанра вовсе не означает, что совершенствовать свою технику интервьюирования сегодня следует главным образом тем журналистам, которые работают с живым, а не с написанным словом. Ведь интервью – это не только *способ подачи материала* в виде череды вопросов и ответов. Одновременно интервью в форме очной или телефонной беседы – это едва ли не важнейший *способ получения информации* для публикаций в самых разных жанрах: статья, корреспонденция, видеосюжет, репортаж, радиоочерк, журналистское расследование.

Иными словами, интервью – это не только жанр, но и инструмент. Поэтому умение расспрашивать собеседника является универсальным навыком для журналистов любых медиа.

При написании этого пособия я видел свою задачу в том, чтобы, опираясь на собственный многолетний практический опыт интервьюирования, показать, чем техника беседы с целью получения информации отличается от техники разговора с целью создать конечный медийный продукт в жанре интервью.

Но сначала – несколько тезисов о современных тенденциях развития жанра с упором на опыт тех СМИ, которые мне наиболее близки: немецких и русскоязычных.



*Андрей Гурков берет интервью в 1985-м году, в 2010-м и расспрашивает участников телевизионного ток-шоу «Квадрига» в 2017-м.*



## ЧАСТЬ I

### Тенденции развития интервью в цифровую эпоху

Отметим 5 тенденций развития жанра интервью в современных СМИ.

- **Интервью стали реже читать**

Ориентированные на *читателей* СМИ (печатные и онлайн) публикуют сегодня классические интервью весьма сдержанно. Так, в немецком еженедельнике Der Spiegel в жанре интервью выполнен, как правило, один из примерно полусотни крупных материалов. Это постоянная рубрика Spiegel-Gespräch («Беседа Шпигеля»), которая по традиции появляется в каждом номере. Собеседниками журнала становятся значимые фигуры из области политики, бизнеса, культуры, общественной жизни. Аналогичной концепции придерживается, к примеру, и российская деловая газета «Ведомости»: беседы с ньюсмейкерами на целую полосу публикуются под рубрикой «Действующие лица» почти в каждом номере.

Такие публикации престижны, поскольку демонстрируют авторитет и влияние издания, которому дают интервью фигуры первого ряда, цитаты из таких бесед нередко попадают в сообщения информационных агентств, повышая рейтинг цитируемости данного СМИ. Однако далеко не факт, что подобные развернутые интервью вызывают большой интерес непосредственно читателей. На сайтах «Ведомостей», Der Spiegel или другого немецкого еженедельника Zeit интервью крайне редко попадают в списки самых читаемых материалов.



*Один из редчайших случаев, когда еженедельник Der Spiegel выносит интервью на обложку номера: в октябре 2017 года журнал опубликовал беседу с президентом Франции Эмманюэлем Макроном.*

Сдержанный интерес аудитории к жанру интервью отмечаем и мы в Русской редакции Deutsche Welle. Поэтому мы каждый раз взвешиваем, стоит ли подавать на нашем сайте текст в форме интервью. По нашим наблюдениям, пользователи скорее прочтут текст, в котором кратко излагается разговор с собеседником DW и цитируются лишь его ключевые высказывания, или предпочтут статью, содержащую цитаты не одного, а сразу нескольких собеседников редакции. Спрос на отдельное интервью в письменном виде сегодня обеспечивается, по-видимому, главным образом «громким» именем интервьюируемого.

- Интервью сегодня чаще всего **слушают** или **смотрят**  
и
- Интервью ведут, как правило, **в прямом эфире**

Жанр интервью сегодня явно переместился в аудиовизуальные СМИ (радио, звуковые подкасты, телевидение, онлайн-видео). На

немецком радио и телевидении интервью идут ежедневно, в большом количестве и, как правило, в прямом эфире, что, с одной стороны, существенно облегчает производственный процесс, а с другой – исключает сокращение или искажение высказываний собеседника.

Так, беседам различного формата отведены постоянные места в сетке вещания общественно-правовой радиостанции Deutschlandfunk. В частности, в выходящей с понедельника по субботу утренней информационной программе твердо запланированы три «окна» для телефонных интервью на актуальные темы, прежде всего с политиками или экспертами: с 6:50 до 7:00, с 7:15 до 7:30 и с 8:10 до 8:30.



*Ведущая ZDF Мариетта Сломка в прямом эфире берет интервью у известного немецкого политика.*

В вечерних получасовых информационно-аналитических телепрограммах Tagesthemen и Heute-Journal общественно-правовых телекомпаний ARD и ZDF ведущие практически каждый день берут 5-7-минутные интервью у подключенных по видеосвязи собеседников. Такие интервью идут, как правило, в прямом эфире. Если разговор из-за графика собеседника приходится записывать заранее,

ведущие после показа *непрерывно* указывают: «Это интервью мы записали незадолго до выхода в эфир». Они также сообщают, были ли сокращения. В таком случае, интервью в полном объеме размещается на сайте телекомпании.

Для разговорных радиостанций, как «Эхо Москвы», живые интервью вообще являются основным форматом вещания.

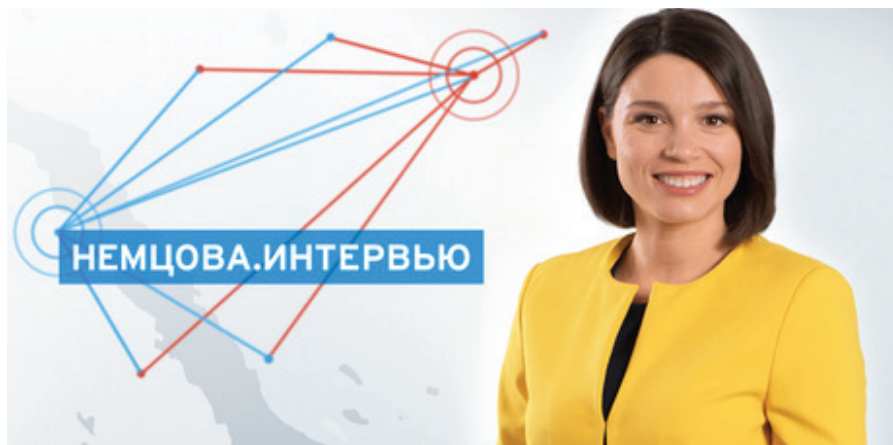
- В интернете растет спрос на длинные и даже сверхдлинные беседы «звездных» интервьюеров

Популярность радиостанции и сайта «Эхо Москвы» или видеопортала YouTube показывает: несмотря на бум в сети коротких и сверхкоротких информационных и развлекательных видеороликов, у современной интернет-аудитории вполне есть спрос на длинные (15-30 минут) и даже сверхдлинные (60-90 минут) интервью – более того, этот спрос, похоже, растет. Об этом, к примеру, свидетельствует впечатляющий успех видеоканала «вДудь». Российский видеоблогер Юрий Дудь берет у своих гостей часовые и даже полуторачасовые интервью, и они набирают на YouTube по 6-9 миллионов просмотров.

При этом видеофайлы привлекают современную русскоязычную аудиторию явно больше, чем аудиофайлы, и даже радиointerview многие предпочитают смотреть, а не слушать. Об этом свидетельствует опыт «Сетевизора» «Эха Москвы»: оборудовав эфирную студию камерами, она с большим успехом транслирует, а затем размещает на сайте видеверсии своих радиопередач.

Если СМИ, публикующие письменные интервью, привлекают аудиторию, как уже отмечалось, «громкими» именами *интервьюируемых*, то аудиовизуальные медиа в качестве козыря куда чаще используют «громкое» имя *интервьюера*. На телевидении и особенно на YouTube

личность автора интервью, его «звездность» играют в продвижении контента несравнимо более важную роль, чем в печатных СМИ. Чаще всего речь идет о заранее записываемых и монтируемых авторских программах, которые выходят под персонифицированной, именной рубрикой.



*Анонс авторской программы Жанны Немцовой на сайте Deutsche Welle.*

Так, Русская редакция Deutsche Welle еженедельно публикует на своем сайте и в YouTube 15-30-минутные интервью с известными политиками, интеллектуалами, общественными деятелями из России, Европы и США, которые ведет дочь убитого российского оппозиционного политика Бориса Немцова – Жанна Немцова. Ее авторская программа так и называется: «Немцова. Интервью».

- Набирает популярность жанр «жесткого интервью»

Для того, чтобы сделать довольно однообразный жанр видеointервью (по сути дела: две говорящие головы) более зрелищным, можно использовать, например, видеовставки или компьютерную

графику. Более сложный, но и более эффективный (и эффектный) способ повысить интеллектуальную и эмоциональную зрелищность беседы – прибегнуть к формату «жесткого интервью», «интервью-поединка».



© DW/M. Martin

*Обманчивое благодушие: после этого «жесткого интервью» Мишеля Фридмана (слева) о ситуации в Турции с министром этой страны по делам молодежи и спорта Акифом Чагатайем Кылычем 5 сентября 2016 года, турецкая сторона тут же конфисковала запись беседы и запретила ее показывать.*

В англоязычной программе телевидения Deutsche Welle в таком формате работают английский журналист Тим Себастиан и немецкий политик и публицист Мишель Фридман. Их 26-минутная передача называется Conflict Zone. Приглашенный гость заранее знает, что интервьюер будет все время прессовать его жесткими и провокационными вопросами, не позволяя уходить от ответа, и сознательно идет на этот словесный поединок двух ярких личностей, рассчитывая набрать очки в глазах аудитории.

## Практические выводы из этих 5 трендов:

- редакциям печатных СМИ и онлайн-изданий не следует злоупотреблять публикациями в жанре интервью, для них это **штучный товар**;
- для журналистов таких медиа интервью является главным образом **инструментом** получения информации;
- для журналистов **актуальных телерадиопрограмм** интервью в прямом эфире – один из ключевых и наиболее часто используемых жанров;
- журналистам радио и телевидения следует прежде всего оттачивать **мастерство ведения интервью в прямом эфире**;
- специализация на длинных и интеллектуально зрелищных интервью стала сегодня одним из самых **перспективных путей сделать творческую карьеру** в аудиовизуальных СМИ, обеспечить себе громкое имя и стать «звездным» журналистом.

## ЧАСТЬ II

### Интервью как инструмент получения информации

Расспрашивать людей – одно из важнейших профессиональных действий журналиста. При этом цель чаще всего состоит не в создании классического интервью, а в сборе материала для конечного журналистского продукта в других жанрах: статья, корреспонденция, обзор, видеосюжет, репортаж, радиоочерк, журналистское расследование.

Сотрудники печатных СМИ и онлайн-изданий сегодня предпочитают ради экономии времени и средств брать интервью по телефону, журналисты радио и телевидения из-за необходимости записать/заснять собеседника общаются, как правило, очно.



*Журналистка Deutsche Welle, работая над телерепортажем, беседует с известным немецким политиком.*

Расспрашивая собеседников, журналисту следует преследовать три цели:

- главная: **разобраться в теме** (получить бэкграунд-информацию);
- прагматичная: **получить цитаты/синхроны** для публикации;
- дополнительная: **набрать конкретные факты** для своего журналистского продукта.

Если журналисту поручили написать статью или снять телерепортаж на тему X, то ему необходимо прежде всего разобраться в ней, понять суть явлений или событий, о которых идет речь. Именно для этого он беседует с экспертами, участниками, очевидцами и т.д.

Оптимально, если при этом он еще и получает готовые цитаты/синхроны. Если нет, журналист, разобравшись в теме, понимает, кого еще можно расспросить.

Получить в ходе интервью конкретные цифры или даты – задача скорее дополнительная, поскольку по мере понимания темы приходит и понимание того, где следует искать недостающие факты. Интернет и поисковые машины чрезвычайно облегчили эту задачу. Иными словами, в ходе такого интервью нет необходимости настойчиво добиваться от собеседника, к примеру, точного названия статьи, книги или документа, на которые он ссылается, или точной даты – все это, как правило, можно будет потом достаточно легко найти.

При подготовке к разговору, не предназначенному для публикации в виде интервью, необходимо:

- четко определить для себя, какова **тема разговора** (в чем именно хочет разобраться журналист);

- сформулировать **ключевые вопросы** (2-4 вопросов обычно хватает для получения цитат или синхронов).

Для такого интервью **не важны**: композиция, драматургия, оригинальные вопросы, эффектные начало и конец, продолжительность.

### Личный опыт:

- Запись телефонного разговора длится **7-10**, нередко и 15 минут;
- В результате получаются **2-3 цитаты**;
- Собеседники часто просят **прислать** им вопросы **заранее**;
- Собеседники часто просят **прислать на визирование** готовые цитаты.

### Практические советы:

- Непременно **предупредить** собеседника, что разговор **записывается** (исключения допустимы при особых журналистских расследованиях);
- Быть готовым **посылать** вопросы и готовые цитаты (высказывания могут утратить остроту, но станут более точными).

## ЧАСТЬ III

### Интервью как жанр

Ключевые задачи классического интервью:

раскрыть **тему** и/или **человека**

Ключевые черты классического интервьюера:

**любопытство** и **критический настрой**

Идеальный вариант современного интервью:

интеллектуальный **поединок** двух **личностей**

При подготовке любого интервью журналист должен решить, что для него **в данном случае** важнее: раскрыть **тему** или **человека**.

- Для **актуальных интервью** в прямом эфире важна тема;
- Для **печатных интервью** – скорее, тема;
- Для **больших видеointервью** – скорее, человек.

В разговоре в стилистике ток-шоу уместны личные вопросы вплоть до интимных, в «деловой» беседе на серьезную тему они скорее неуместны.

Для жанра интервью большую роль играет не только **содержание** разговора, но и **форма**. Для такого интервью **важны**:

- композиция;
- драматургия;
- оригинальные вопросы;
- эффектные начало и конец;
- мимика и жесты интервьюера;
- окружающая обстановка и **корпоративная символика**.



*Московский корреспондент Deutsche Welle Юрий Решето в интервью с президентом Молдавии Игорем Додоном использует карточки с фирменным логотипом DW.*

При подготовке интервью журналист:

- **знакомится с биографией и высказываниями собеседника;**
- читает материалы по теме;
- делает записи/карточки с фактами/цитатами;
- мысленно выстраивает **план интервью** (можно разбить его на три последовательных тематических блока);
- делает **список вопросов**.



*Автор передачи Conflict Zone Тим Себастиан (слева) вывел собеседника на эмоциональный разговор. Количество листов в руках журналиста говорит о том, сколько вопросов и фактов он заготовил для 26-минутной беседы.*

## Личный опыт:

- План интервью и список вопросов необходимы, но они не должны быть догмой.
- Слишком жесткий сценарий сковывает интервьюера: он не должен быть в плену первоначального плана.
- Интервьюеру практически всегда приходится импровизировать по ходу разговора.
- Гибко реагируя на неожиданные повороты, автор интервью не должен из ведущего превращаться в ведомого: направление разговора всегда задает только он.
- Характерные черты некоторых собеседников, особенно представителей популистских партий: они не отвечают на вопрос, а излагают заранее заготовленный текст, они склонны к длинным монологам и к обилию мелких деталей.

## Практические советы:

- Заготовленных вопросов должно быть существенно больше, чем удастся задать: это способствует гибкости интервьюера.
- Не надо задавать одновременно два вопроса: это облегчает уход от ответа.
- Непременнo добиваться ответа на свой вопрос: его можно повторить, перефразировать, к нему можно вернуться спустя некоторое время.
- Допустимы отдельные длинные вопросы, но недопустимо, чтобы интервьюер в целом говорил больше собеседника.
- Не следует слишком часто цитировать высказывания собеседника из других источников: это создает впечатление вторичности интервью и несамостоятельности автора.
- Необходимо решительно пресекать монологизирование собеседника. Для этого надо иметь смелость его прерывать.

Интервьюер должен быть уверен в себе – и в том, что отстаивает интересы своей аудитории.

- Чтобы не потерять контроль над ходом интервью, следует всегда помнить о его главной теме и вести разговор к намеченной цели.
- Следует всячески предотвращать заикливание на деталях. Это можно сделать фразами типа: *«Наш разговор может сейчас погрязнуть в мелких деталях, давайте вернемся к основному вопросу»*.
- Если собеседник отвечает вопросом на вопрос, возможны разные линии поведения. Один вариант, более смелый – действительно ответить и тем самым, возможно, обострить разговор: *«Я считаю так-то, а вы разве нет?»*. Другой вариант – уйти от ответа: *«Мне кажется, наших зрителей все же больше интересует ваша точка зрения»*.
- Если журналист разбирается в теме, он, избегая «умничания», использует свою компетентность, чтобы помочь зрителю. Например, уточняет имена или должности упоминаемых в ходе разговора лиц, даты, коротко поясняет, о каких событиях зашла речь.
- Если журналист не знает предмета, он может взять на себя роль заинтересованного дилетанта, расспрашивающего эксперта в интересах зрителей/читателей. Возможные формулировки:

*«Объясните мне, почему происходит то-то...»*

*«Чего я никогда не мог понять...»*

*«Неужели это действительно так?...»*

*«Очень многих интересует такой вот вопрос...»*

Главное, что всегда должен помнить журналист, работающий в жанре интервью: этот жанр не предполагает «игру в поддавки», интервью берут не для того, чтобы держать микрофон и подавать реплики собеседнику, а чтобы в интересах зрителей/читателей **критически расспрашивать** персоны, находящиеся в центре общественного внимания или обладающие общественно значимой информацией.



*Интервью журналистов телекомпании ARD с Владимиром Путиным (2014) и Ангелой Меркель (2017). В обоих случаях немецкие СМИ упрекали авторов в том, что они вели беседу недостаточно критично и не задавали собеседнику острых вопросов.*



## Практические советы:

- Даже если автор интервью как человек и гражданин полностью согласен с позицией своего собеседника, профессионализм, журналистская этика и интересы аудитории обязывают его исполнять в ходе разговора роль скептика и задавать критические вопросы.

- Возможные формулировки:

*«Но ведь есть и иная точка зрения...»*

*«Однако широко распространено мнение, что...»*

*«Думаю, многие зрители с Вами не согласятся...»*

*«Почему же тогда происходит то-то...»*

- Критичный подход к собеседнику во время интервью – не самоцель, а средство докопаться до истины или, если говорить менее пафосно, добиться максимально полной и точной информации от собеседника, помочь ему раскрыть тему и раскрыться самому. Такой подход делает интервью интересным, информативным, зрелищным, что обеспечивает ему повышенное общественное внимание. А в этом заинтересованы и сам собеседник, и журналист, и то СМИ, которое он представляет.

## ВОПРОСЫ – ОТВЕТЫ

**Вопрос:** Случалось ли вам задавать, помимо согласованных с собеседником вопросов, и несогласованные? Соглашался ли он на них отвечать?

**Ответ:** Когда меня просят предварительно послать вопросы, я пытаюсь (хитро) сформулировать это так: меня интересуют следующие тематические блоки. Так что я стараюсь не обещать, что ограничусь, к примеру, только пятью вопросами. Я предупреждаю, что хочу затронуть пять тем. В рамках разговора у меня часто возникают и другие вопросы – и я их задаю. Думаю, это вполне корректно, и я не помню случая, когда кто-то говорил: «Мы не согласовали этот вопрос, я на него не буду отвечать». Естественно, это вопросы в рамках согласованных тематических блоков, а не на совершенно иную тему.

**Вопрос:** Случалось ли Вам получать от собеседника информацию, о которой вы точно знаете, что она не соответствует действительности, но поскольку это – ответ собеседника, вы его публикуете, понимая, что тиражируете не совсем верную информацию?

**Ответ:** Вы не можете переписывать слова собеседника – это очевидно. Но вы как интервьюер можете и должны отреагировать. Благодаря своему профессионализму, вы должны почувствовать, что здесь может быть фейк, и как-то обозначить свою дистанцию. Это надо сделать уже во время разговора, а в письменном интервью вы имеете возможность и после разговора вписать свои сомнения в начало следующего вопроса. Я считаю это вполне корректным, ведь вы не искажаете слова своего собеседника, а лишь добавляете собственную реакцию. Но в той или иной форме необходимо подать зрителю, слушателю, читателю сигнал сомнения.

**Вопрос:** *Как можно во время интервью или ток-шоу прервать собеседника так, чтобы не выглядеть некорректным?*

**Ответ:** Здесь, конечно, тонкая грань между выполнением журналистской работы и этикой, воспитанностью. **Журналист обязан служить интересам аудитории. Аудитория не хочет слушать монолог.** Поэтому интервьюер имеет полное право прерывать собеседника. С другой стороны, бывают случаи (вы можете найти такие ролики в интернете), когда журналиста «заносит» и он начинает прерывать на полуслове, или вновь и вновь задает вопрос, на который собеседник на самом деле уже ответил. Если посмотрите комментарии к таким роликам, то нередко увидите, что люди спрашивают: почему журналист такой высокомерный, что он себе позволяет?

Так что у журналиста есть право и даже обязанность прерывать собеседника, если тот говорит слишком долго и, тем более, не по теме. Но это должно быть корректно и уж точно не высокомерно. Описать точно словами, где эта грань, крайне трудно, это надо воспитывать в себе, наблюдать за тем, как работают коллеги, вырабатывать какие-то собственные навыки.

**Вопрос:** *Что делать в случае журналистских расследований, когда мы звоним человеку, чтобы получить его комментарий и реакцию на какие-то факты, которые мы обнаружили. Если сразу предупредить „мы вас записываем“, есть огромный риск, что он просто бросит трубку. Посоветуйте, пожалуйста, как поступить, чтобы быть и корректным, и не упустить реакцию собеседника?*

**Ответ:** Журналистское расследование – это особый жанр. В этом жанре допустимы и скрытая камера, и скрытая запись. В остальных случаях это недопустимо. Поскольку я не работаю в жанре журналистских расследований, я в такой ситуации не оказывался. Это сложный и особый жанр, и общество должно быть благодарно тем журналистам, которые на нем специализируются. Я счи-

таю, что в случаях, когда речь, действительно, идет о расследовании нарушений и тем более преступлений, журналисты имеют полное моральное право тайно записывать собеседника на видео или на аудио. Это один из приемов расследовательской журналистики, но им нельзя злоупотреблять.

**Вопрос:** Иногда в интервью в прямом эфире звучат обвинения в адрес политических оппонентов, причем очень жесткие, а этих людей нет в студии. Что делать в такой ситуации?

**Ответ:** Задача интервьюера или ведущего – как-то дистанцироваться. Бросаться горячо защищать кого-то вы как журналист не можете, тем более, если вы не знаете, справедливы обвинения или нет. Но если на ваших глазах идет не критика другого политика, а именно атака на какого-то человека, который не может защититься сам (или нет другого собеседника, готового его защищать), вы как журналист, конечно, должны это как-то приостановить. Возможна такая фраза: «Этого человека сегодня нет с нами, давайте не будем за глаза его обвинять». Тут надо уметь импровизировать.

**Повторю: журналист – не держатель микрофона, он личность.** Он дирижер – и за круглым столом, и во время разговора один на один. И если журналист чувствует, что происходит какая-то несправедливость, он должен дистанцироваться от этого как конкретный интервьюер и как представитель определенного СМИ. Чтобы у аудитории не было ощущения, что данное медиа фактически подтверждает справедливость высказываемых обвинений.