

Секция «Ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций»

Особенности реализации радиопрограммы на две целевые аудитории (на примере передачи «Диалог с молодыми» на Радио России)

Научный руководитель – Мясникова Диана Игоревна

Тюрина Дарья Олеговна

Студент (бакалавр)

Пермский государственный национальный исследовательский университет,

Филологический факультет, Пермь, Россия

E-mail: darsha.turina@yandex.ru

21 век – время современных технологий, однако, несмотря на это, формат радиопрограмм остается актуальным. Радио продолжает играть важную роль ввиду своей доступности, разнообразию контента, а также социальным и культурным аспектам. Рассмотрим, какие особенности могут быть при реализации радиопрограммы на две целевые аудитории.

Объектом исследования является передача «Диалог с молодыми», реализуемая на Радио России. Предмет исследования – особенности реализации данной радиопрограммы для двух целевых аудиторий. Целью работы является выявление и анализ особенностей реализации радиопередачи «Диалог с молодыми» на две аудитории. Территориальные рамки: Пермский край.

Итак, как правило, целевая аудитория любого медиапродукта – одна. Разработка и подача контента на две аудитории требует как минимум большой внимательности со стороны автора. Чтобы удовлетворить потребности и интересы каждой группы, необходим особый подход. В ходе работы были выделены такие аспекты (ключевые параметры для представления особенностей программы «Диалог с молодыми» на Радио России): определены непосредственно целевые аудитории радиопередачи «Диалог с молодыми»: их возраст, социальный статус, круг интересов; описан формат программы; рассмотрены тематика и содержание радиопередачи, а еще взаимодействие с аудиторией, продвижение. В ходе работы был произведён анализ подготовительного этапа к записи и непосредственно выпусков программы «Диалог с молодыми» на Радио России.

Стоит начать с того, Радио России вещает даже в самых отдалённых уголках Пермского края, так что оно ориентируется на возрастную аудиторию. Об этом свидетельствуют в том числе программы. Например, передача «Не болей» Галины Сизовой; «От сердца к сердцу» – авторская программа Татьяны Бакулевой, подготовленная по письмам слушателей и так далее.

Возвращаясь к программе «Диалог с молодыми», в качестве примера рассмотрим портрет преобладающей части аудитории: пенсионер из отдалённого уголка Прикамья. Так, например, в ходе интервью Галина Георгиевна из села Юговское рассказала, что слушала несколько выпусков этой передачи. Она отметила, что хотелось бы, чтобы иногда ответы были более грамотными. Кроме того, подчеркнула, что «иногда у гостей пролетают словечки модные» или слова-паразиты, но это не так сильно влияет на восприятие, поскольку у нее есть внучка, которой 20 лет. Также Галина Георгиевна поделилась, что рада, что молодежь Прикамья сейчас активно участвует в разных проектах. Говоря о восприятии молодой аудитории, в качестве примера здесь рассмотрим портрет студентки филологического факультета, которая также слушала программу, но уже в Интернете. Анастасия Селиверстова поделилась, что ей запомнился выпуск про туризм, так как она сама равнодушна к путешествиям. Девушка отметила, что ее вдохновили истории героев, а что касается каких-то сленговых выражений — их она не заметила, но считает, что эти слова были бы вполне уместны.

Активное вовлечение молодёжной аудитории в первую очередь связано с тем, что передача «Диалог с молодыми» публикуется в Интернете, а именно, в социальной сети «ВКонтакте» и на сайте ГТРК «Пермь». Среди молодого поколения чаще всего программу слушают сами герои передачи (а гости, согласно концепции, всегда являются молодёжью), а также их знакомые, друзья, родители, родственники, педагоги и наставники. Кроме того, нередко записи программы распространяют в группах учреждений дополнительного образования, секций, школ, где занимаются ребята-герои конкретного выпуска программы. Проанализировав во «ВКонтакте» группу «Пермское радио online» можно прийти к выводу, что посты с записью программы «Диалог с молодыми» обычно набирают наибольший актив. Например, выпуск про туризм (от 31 января 2025 года) набрал более 20 лайков, 4 репоста, 1 комментарий и почти 800 просмотров, а выпуск с танцорами (от 29 ноября 2024 года) — 16 лайков, 5 репостов, 1 комментарий и около 1200 просмотров. В то время как на других постах (программах, которые не связаны с молодёжью) активность пользователей значительно меньше.

В функциональные обязанности ведущей данной радиопрограммы входит сбор информации (поиск героев), подготовка сценариев к выпускам и непосредственно интервьюирование гостей.

Основа подготовительного этапа – написание сценария. Уже в этой части есть своя специфика, которую нельзя забывать учитывать. Так, например, формулировка вопросов должна быть такой, чтобы ответы, которые будут давать гости, были интересны к прослушиванию как молодой аудитории, так и людям в возрасте. Кроме того, тема должна раскрываться многосторонне. Также важную роль играет лексика. Вопросы должны быть ёмкими, понятными, сформулированные простым, но в то же время грамотным языком.

Например, в выпуске, посвященном педагогике и современному образованию, можно услышать использование обращений, отсылающих к личному опыту: «А не боялась, что тебя не будут воспринимать из-за того, что ты все-таки молодой репетитор?». Это позволит познакомиться с личным опытом одного из гостей, ответ на такой вопрос, вероятно, заинтересует ребят, которые хотят преподавать или, к примеру, уже учатся на педагога. Кроме того, есть много универсальных вопросов, ответы на них будут полезны в том числе и взрослому, опытному педагогу: «Как находить подход к любому учащемуся?».

В выпуске о поступлении речь идет не только об абитуриентах, но и об их родителях (например, молодежи будет особенно актуален вопрос «Дайте несколько советов выпускникам им будущим выпускникам», так как через эту ступень пройдут все. В то время как старшее поколение, скорее всего, заинтересует вопрос «Поделитесь советами, как сделать период поступления менее стрессовым, в том числе для родителей»). Кроме того, всегда перед записью ведущая просит гостей не использовать (или пояснять, расшифровывать) аббревиатуры, сложные фразы и сленговые выражения. Так, чтобы язык был понятен не только молодежи и тем, кто «в теме», но и старшему поколению. Этот инструмент, в частности, позволяет удержать возрастную аудиторию.

Источники и литература

- 1) В.А. Егошкина Формат радиостанций и форматообразующие признаки радиопрограмм [<https://cyberleninka.ru/article/n/format-radiostantsiy-i-formatoobrazuyuschie-priznaki-radioprogramm/viewer>]
- 2) И.Н. Сахарова, В.Ю. Караев Современные тенденции развития радио в России [<http://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-radio-v-rossii>]