

**Организационно-методологические предпосылки изучения процесса
восприятия радиоконтента**

Научный руководитель – Давыдик Александр Сергеевич

Петрусёва Елизавета Александровна

Студент (специалист)

Белорусский государственный университет, Институт журналистики, Минск, Беларусь

E-mail: elpetruseva@yandex.by

В современном мире средства массовой информации играют решающую роль в формировании общественного мнения и влиянии на индивидуальное восприятие реальности. В этой связи особый интерес представляет изучение того, как различные формы медиа, особенно радио, взаимодействуют с аудиторией и влияют на формирование ее картины мира. Исследователи отмечают, что радио оказывает особое психологическое воздействие на людей, стимулируя работу воображения, так как слушатель не видит говорящего [Лебедева: 170-172], что подчеркивает актуальность исследования аудиальной коммуникации, которая, по нашему мнению, малоизучена и остается в слепой зоне медиаэкспертов.

При определении подходов и методов в изучении процесса взаимодействия аудитории с радиоконтентом мы остановились на парадигме когнитивной лингвистики и методе семантического дифференциала, предложенном Осгудом, который позволяет измерить реакцию человека на исследуемые объекты с помощью биполярной шкалы, полюса которой заданы антонимами [Новиков, Новикова: 63-71]. Шкала позволит получить данные по общей оценке программ, восприятию голоса, интонации и речи ведущих. В рамках нашего исследования экспериментальным материалом выступили программы радиоканалов «Культура» Беларуси и России, контент которых направлен на передачу специальных, ограниченных знаний, что ставит участников эксперимента в одинаковую изначальную позицию восприятия: отсутствие серьезной предварительной подготовки, отсутствие опыта знакомства с контентом подобного рода или малый опыт, работа со сложным медиaproдуктом, требующая включенного прослушивания.

Согласно методологии нашего экспериментального исследования на начальном этапе подготовки разрабатываются оценочные шкалы. В них входят числовые значения от -2 до 2, полюса шкалы заданы антонимами, например в нашем случае ими стали спокойный-суеулыбчивый – для оценки поведения ведущих, для оценки речи: вялая, распыляющаяся – точная, бездоказательная – логичная, сбивчивая – последовательная, быстрая – медленная, грязная – грамотная, прерывистая – плавная, скудная – богатая. Далее необходимо обозначить категории, по которым опрашиваемые будут оценивать контент. В изучении восприятия радиоконтента таковыми стали пары антонимов: бессмысленный – информативный, скучный – интересный, поверхностный – глубокий, банальный – оригинальный, негативный – позитивный, старомодный – современный.

Далее респондентам будет предложено оценить прослушанные радиопередачи с помощью разработанных шкал. Опрашиваемые будут разделены на две группы по возрастному признаку. Сначала это будет группа студентов, далее – взрослые люди со сформированными установками и устойчивой картиной мира. Мы ожидаем, что итоги исследования подробно отразят то, как речь, голос, интонации ведущих влияют на процесс восприятия радиоконтента, а также покажут, насколько эффективный продукт создают журналисты, погрешности в формах и методах подачи информации.

Источники и литература

- 1) Лебедева А.Л. Основные характеристики радиовещания в контексте «текущего момента». Минск, 2018.
- 2) Новиков А.Л., Новикова И.А. Метод семантического дифференциала: теоретические основы и практика применения в лингвистических и психологических исследованиях // Вестник РУДН. 2011. № 3. С. 63-71.