

2. *Ильченко С. Н.* Трансформация жанровой структуры современного отечественного телеконтента: актуализация игровой природы телевидения: автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2419>. (дата обращения: 16.01.2019).
3. *Удовиченко Р. В.* Жанровые особенности развлекательного телевидения на примере телепрограмм холдинга СТС Медиа // Научная мысль Кавказа. 2011. № 2 (66) [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovye-osobennosti-razvlekatel-nogo-televideniya-na-primere-teleprogramm-holdinga-sts-media> (дата обращения: 09.09.2020).
4. *Новикова И. А.* Современное развлекательное телевидение в контексте общественных дискуссий // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2009. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-razvlekatelnoe-televeshanie-v-kontekste-obschestvennyh-diskussiy> (дата обращения: 09.09.2020).
5. *Зуева Т. В.* Современное российское развлекательное телевидение // Научный вестник МГТУ ГА. 2012. № 182 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-rossiyskoe-razvlekatelnoe-televidenie> (дата обращения: 09.09.2020).
6. *Кузьмінова А. Ю.* Тэлешоу: ад творчай задумы да рэалізацыі / навук. рэд. В. М. Самусевіч. Мінск: Медысонт, 2014. 112 с.

## ФОРМИРОВАНИЕ ПРОГРАММНОЙ СЕТКИ РАДИОСТАНЦИИ: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ (на примере радиостанции «Радиус FM»)

*А. Л. Лебедева*

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
[anna\\_lebedeva@tut.by](mailto:anna_lebedeva@tut.by)*

В статье рассматриваются особенности формирования программной сетки вещания современной белорусской радиостанции «Радиус FM». Речь идет о влиянии на данный процесс ряда факторов. Одним из них является психологическая специфика аудитории.

**Ключевые слова:** радиостанция; вещание; аудитория; психологическая направленность; рейтинг; программа; формат.

**FORMATION OF THE PROGRAMMING GRID  
OF THE RADIO STATION:  
PSYCHOLOGICAL ASPECT  
(on the example of the Radius FM radio station)**

*A. L. Lebedeva*

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: A. L. Lebedeva (anna\_lebedeva@tut.by)*

The article considers the features of the formation of the program broadcasting network of a modern Belarusian radio station «Radius FM». The influence of a number of factors on this process is outlined. One of them is the psychological aspect of the audience.

**Key words:** radiostation; broadcasting; audience; psychological orientation; rating; program; format.

Традиционно в осенний период на белорусских радиостанциях дается старт сезону, который носит творческо-концептуальный характер и предполагает изменения в сетке вещания, новые проекты, а иногда и более кардинальную трансформацию: ребрендинг, переформатирование и т. д. В любом случае радиостанция должна не только ориентироваться на запросы слушателей, но и учитывать ряд аудиторных параметров, в том числе психологической направленности.

В частности, программный контент в первую очередь должен быть интересен по нескольким аспектам: либо в целом своей информацией, либо содержать новые, полезные сведения, либо носить образовательный, развлекательный характер. При этом необходимо отметить, что данный интерес каждый раз проявляется в новых вариантах, потому что, по мнению психологов, удерживает одну из форм ориентации (направленности) личности, связанную с проявлением ее запросов, прежде всего эмоционального характера. В итоге выбор определяется разными факторами, например, отношением аудитории к определенным темам, волнующим человека. В теории СМІ известен так называемый утилитарный подход к оценке вариантного поведения аудитории при выборе ею определенных программ, отношении к ним и их оценке. В основе данной теории лежит психологический постулат: проявление деятельности человека в различных сферах (в том числе применительно

к СМИ) связано с его потребностями. Эта функция в 1930-х гг. в американской журналистике называлась «сервисной», т. е. удовлетворяла практические интересы человека, составляющие основу его жизни. Согласно теории американских исследователей, все потребности можно разделить на четыре основные группы: физиологические; потребность в безопасности, любви, самоуважении и уважении; потребность в самоутверждении; самоактуализация [1, с. 89].

В свою очередь были разработаны практические рекомендации для их удовлетворения, основанные на социологических исследованиях. Согласно законам психологии, человеческая деятельность сосредоточена на неудовлетворенных потребностях, в первую очередь касающихся самовыражения (самоутверждения) и самоактуализации. Человек удовлетворяет их в своей жизни всего на 10 % (для сравнения, физиологические потребности удовлетворяются на 85 %) [1, с. 92]. Отсюда следует вывод: активность аудитории, формирующая ее интерес к радиопрограммам, должна удовлетворяться в плоскости неудовлетворенных потребностей. Слушатель ищет в радиопрограммах то, что его успокаивает, вселяет уверенность, развлекает, поддерживает его эмоциональный тонус. Аудитория сознательно или бессознательно видит в радиовещании не только канал для получения новой информации, средство развлечения, но и способ установить связь с сообществом людей. В данном случае радио выполняет важную функцию – снимает напряжение одиночества.

Важным психологическим фактором является также осознание несомненности, устойчивости своего существования, когда временные ритмы человеческой жизни подвержены цикличности. Радио поддерживает это ощущение стабильностью эфирной сетки, цикличностью, повторением базовых программ. Одним из важных психологических факторов, поддерживающих интерес к программе, является также присутствие в них постоянного ведущего в качестве партнера по бесконтактному общению. Поэтому важнейшей фигурой в современном радиовещании является ведущий – человек, который разговаривает со слушателем, учитывая его пассивное или активное участие в коммуникативном акте [2, с. 151].

Помимо всего перечисленного, для привлечения внимания аудитории, прежде всего, необходимо иметь четкое представление о том, на какую группу интересов направлена программа – общественную или отдельную, а также должны учитываться интересы самой радиостанции.

Они могут быть разными и лежать в сфере решения задач, связанных с информационной, финансовой политикой, их баланс – лучший программный вариант.

Радиостанция «Радиус FM» пристальным образом следит за своим аудиторным составом, а также за рейтинговыми показателями в целом и конкретных проектов в частности. В случае отрицательной динамики принимаются адекватные меры: вводится новый программный продукт, приглашаются новые ведущие, меняется развлекательно-игровая зона трансляции. Как и остальные белорусские радиостанции, в конкурентных условиях «Радиус FM» вынуждена формировать свой индивидуальный стиль и эфирный имидж.

Подготовку к новому сезону радиостанция «Радиус FM», как правило, начинает за полгода с попытки дать объективную оценку слабых и сильных сторон существующих проектов, которые, в зависимости от их рейтинговой позиции, делятся на три группы: рост показателей; показатели неизменны; снижение показателей. В данной ситуации применима одна схема: в новом сезоне проекты с низким уровнем рейтинга однозначно удаляются из эфирной сетки, их место занимают другие программы. Исключением могут быть только проекты, финансируемые спонсорами.

Исследуя сетку вещания «Радиус FM», необходимо обратить внимание на прайм-тайм. Принято считать, что самое популярное время прослушивания – утренние и вечерние часы. В связи с этим на данные периоды приходится наибольшее количество рекламного контента и информации, которая может быть интересна и полезна слушателю. Большую роль в формировании программной сетки играют именно рекламные блоки, а также анонсы, которые создают свой ритм и особенные параметры временных отрезков. Анонсы служат своеобразным «справочником» по эфирному контенту, в них содержится самореклама программ разговорного и музыкального форматов [3]. Задача анонсов – активизация внимания слушателя, подсказка, удовлетворение психологических ожиданий от той или иной программы.

Очень важной основополагающей составляющей эфирной сетки радиостанции «Радиус FM» являются промо-акции, разнообразные конкурсы, розыгрыши, игры и викторины. Говоря о композиционных особенностях «программного круга», следует отметить, что выпуски новостей в нем не занимают главного места – эту функцию выполняют музыкальные композиции.

Таким образом, радиостанция «Радиус FM» имеет определенную программную политику, формирование которой каждый новый сезон осуществляется с учетом интересов аудитории, ее психологических особенностей. Здесь внимательно следят за рейтингом, аудиторным составом, активным образом используют интерактивные формы общения со слушателями. Более того, четкое форматное самоопределение радиостанции обуславливает стабильность основных вещательных параметров и характеристик, определяет поиск оптимальных моделей коммуникации с аудиторией.

#### Библиографические ссылки

1. *Алешина И. В.* Паблик Рилейшнз для менеджеров и маркетеров. М. : Гном-пресс, 1997. 115 с.
2. *Маккой К.* Вещание без помех. М. : Мир, 2000. 176 с.
3. Радиостанция «РадиусFM» [Электронный ресурс]. URL: <http://radiusfm.by> (дата обращения: 07.09.2020).

## ВОЗРОЖДЕНИЕ КОНФУЦИАНСКИХ ИДЕЙ НРАВСТВЕННОГО ВОСПИТАНИЯ В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОМ ТЕЛЕКОНТЕНТЕ КИТАЯ

*Ли Чжэн*

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
630332130@qq.com*

В статье актуализируется необходимость возрождения конфуцианских традиций в семейном воспитании на примере наиболее популярного в настоящее время в Китае телевизионного реалити-шоу «Куда идет папа». Автор отмечает роль конфуцианских идей в решении проблем воспитания, которые возникают в семье в процессе формирования нравственных качеств ребенка. Реалити-шоу «Куда идет папа» рассматривается как телепроект, стимулирующий положительную энергию семьи через возрождение конфуцианских идей в родительском взаимодействии.

**Ключевые слова:** конфуцианские идеи; нравственное воспитание; реалити-шоу; социальная роль отцовства.