

Зубаркина Е. С.

СПЕЦИФИКА И ФУНКЦИИ СОВРЕМЕННОГО ДЕТСКОГО РАДИОДИСКУРСА: АУДИТОРИЯ, ТИПОЛОГИЯ, ФУНКЦИИ ПРОГРАММ

Аннотация. Детское радиовещание претерпело значительные изменения с началом эпохи цифровизации. С одной стороны, новые технологии позволили его сделать более доступным, интерактивным, интересным для аудитории. С другой, в процессе медиапотребления несовершеннолетних радио уступает интернет-медиа, видеохостингам. Чтобы разрешить противоречия, определить роль радио, потенциал в формировании личности, исследователь обращается к широкой эмпирической базе, анализ которой позволяет сделать вывод, что владельцы фм-частот не стремятся исключать детей из широкого спектра целевой аудитории и используют разные механизмы вовлечения этой категории слушателей в процесс радиокommunikации. В статье автор предпринимает попытку отразить функционал радиотекстов сетевых станций как нишевых, так и общего профиля, определить их типологические признаки, выявить особенности детского радиодискурса, сформулировать актуальные проблемы и вызовы, которые сегодня стоят перед радиовещанием.

Ключевые слова: радио, радиодискурс, детское радио, фм-вещание, типология радиoproграмм, функция радиоконтента, аудиокультура.

Для цитирования: Зубаркина Е. С. Специфика и функции современного детского радиодискурса: аудитория, типология, функции программ // Ученые записки НовГУ. 2024. 1(52). 51-60. DOI: 10.34680/2411-7951.2024.1(52).51-60

На современном этапе цифровизации способы создания радиоконтента, его распространения и потребления значительно отличаются от тех, что использовались в советский период вещания и первые постсоветские десятилетия.

Радио стало более доступным: слушать программы сегодня можно не только с помощью радиоприемника, но и через смартфон; у пользователей появилась возможность обращаться к пропущенным фрагментам эфира, так как большинство из них публикуются в архивах или размещаются в виде подкастов на стриминговых сервисах (Яндекс.Музыка, ВКонтакте); значительная доля станций осуществляет и видеотрансляцию. Эти преобразования релевантны как для взрослого радиодискурса, так и для детского.

Еще одна новация уже в сегменте детского радиовещания – мэппинг, то есть технология объемной проекции виртуального изображения, накладываемой на реальный объект. Впервые в истории отечественного радиовещания она была применена 1 февраля 2023 г. Детским радио (*Прим. 1*).

Тренд современного вещания – популяризация контента на детскую тему, который чаще всего реализуются при поддержке грантодателей или государственных организаций, крупных спонсоров. Так, например, партнером программы «Мама знает все» на Авторадио выступает Газпромбанк, а проект «Наше время или Взрослым вход воспрещен» на Комсомольской правде реализуется при поддержке Минпросвещения РФ.

Детский радиодискурс складывается из программ непосредственно для *детей*, программ для *семейного прослушивания* и *передач для взрослых о детях*.

В научной среде к феномену детского радиодискурса обращаются авторы междисциплинарных исследований: в области психологии, педагогики, культурологии,

журналистики. Так, М. И. Цуканова [Цуканова, 2021] и Г. В. Хораськина [Хораськина, 2021] рассматривают региональный аспект детского вещания, Е. А. Кострюкова изучает своеобразие литературно-драматического аудиоконтента [Кострюкова, 2020], А. К. Евдокимова исследует исторические особенности советского радиовещания для детей [Евдокимова, 2021] и т.д.

Наиболее заметный вклад в изучение темы детского радиовещания, в частности его интернет-аналога, был сделан в 2015 г. исследователем О. Пинчук в работе «Специфика детского интернет-радио как СМИ с точки зрения его аудитории, структурно-содержательных компонентов, типологических характеристик». В ней автор утверждала – «детское интернет-радио является конкурентоспособным и перспективным направлением деятельности на рынке СМИ, а также эффективным средством культурного, морально-нравственного и социального воспитания подрастающего поколения». При этом она отмечала, что «детское радиовещание практически не выполняет образовательной, культуuroформирующей функций. Основной контент составляет различного рода развлекательная информация: музыкальные произведения, ток-шоу без глубокой проработки темы эфира, передачи рекламного характера. Изменение этой ситуации возможно при условии государственного и общественного контроля, а также материальной поддержки, например, в формате грантов на действительно качественные и познавательные передачи».

Безусловно, за прошедший период времени трансформировались не только форматы детского вещания, в том числе в фм-диапазоне, но и его содержательная часть. На данном этапе не предпринимаются исследования типологических признаков современного вещания, обращенного к детям, его функций, своеобразия, аудиторных характеристик (для более точных выводов мы ограничили выборку эмпирического материала периодом с 2020 г. по 2024 г.).

Кардинальное перераспределение детской аудитории радио произошло в 2007 г., когда в фм-диапазоне появилась станция «Детское радио». Потрет ее слушателей – дошкольники и школьники от 3 до 12 лет, а также взрослые (в основном – женщины 20+, у которых есть дети). Запуск станции стал причиной оттока с других частот аудитории детей/подростков и родителей (приобщившихся к совместному слушанию в автомобиле/дома).

Однако в целом сегодня наблюдается дефицит статистических данных об охвате детской аудитории радиостанций, что препятствует составлению реальной картины детского медиапотребления в сегменте радио. Это связано с техническими и организационными сложностями осуществления подобных замеров. Так, в медиаките Детского радио за 2019 год указано, что «в исследованиях MediaScore-Россия измеряется только аудитория в возрасте 12 лет и старше. Если предположить, что на каждого респондента приходится один ребенок, а 67% слушателей Детского радио имеют детей, потенциальная совокупная аудитория радиостанции – более 3 млн человек ежедневно» (Прим. 2).

В исследовании М. Давлетшиной приведены результаты самостоятельного анкетирования детей – учащихся третьих классов московских школ, в которых указывается, что они все-таки обращаются к радиоконтенту станций широкого тематического профиля. Автор пишет: «Обращаясь к радио, 36% опрошенных

отметили, что они целенаправленно ищут определенную радиостанцию. Фаворитом у детей, безусловно, является «Детское радио» <...> Более 18% респондентов отметили, что они просто переключают радиостанции до тех пор, пока не найдут интересные программы или любимые песни. 12% детей слушают ту радиостанцию, которая сразу же попала» [Давлетшина, 2021].

Тем не менее, среди производителей отечественного радиоконтента для детей есть общее понимание, для чего нужно мотивировать данную аудиторию получать информацию с помощью аудио. Приведем аргументы экспертов в области детства, которые стали основой для создания Детского радио и «Концепции» радиостанции: *«Радио – это уникальный инструмент для развития детей <...> Радио учит слушать. Слушать и слышать других людей – очень быстро теряемый в современной жизни навык. Радио развивает фантазию, умение мечтать. Радио анонимно, ребенок может не беспокоиться за свой «глупый» вопрос. Радио может объединить всевозможные программы по развитию и воспитанию детей. Для них оно может стать настоящим другом, а для родителей – хорошим помощником. Культурный, нравственный, образовательный, гуманитарный, творческий потенциал человека, его социальная ответственность напрямую зависят от того, что он получит от общества тогда, когда он готов учиться» (Прим.3).*

Данная Концепция стала результатом совместной работы педагогов, педиатров, физиологов, психологов, журналистов. Изложенные в ней тезисы, в том числе политического характера, сохраняют свою актуальность и сегодня: *«За последние 15 лет – очень непростого периода в развитии нашей страны – тема воспитания и развития детской личности не просто отошла на второй план. Сегодня, после драматических трансформаций в обществе, мы остро осознаем ответственность за будущее страны. Детская тема стала занимать большое место в политике государства. Мы, взрослые, поняли свою ответственность» [Прим.3].*

Как мы уже упоминали ранее, Детское радио – не единственная станция, выпускающая программы для несовершеннолетних. Для того, чтобы наиболее точно определить функционал такого рода контента, назовем и другие аудиальные СМИ, чьи проекты вошли в эмпирическую базу нашего исследования: Радио России, Маяк, Радио Вера, Комсомольская правда, Радио КНИГА. У всех перечисленных станций, выделяющих сегмент в своих сетках специально для детского вещания, есть общие черты – принадлежность к разговорному и разговорно-музыкальному типам вещания.

В большей части упомянутых программ коммуникаторами выступают взрослые. Исключения составляют игровые шоу и новости Детского радио, проект Радио Вера «Вопросы Веры и Фомы» (в роли ведущих – дети), а также разговорная программа на КП «Наше время или Взрослым вход воспрещен» – ее ведут подростки от 12 до 17 лет.

Наиболее распространённые **форматы** детского эфира – разговорное интерактивное шоу, интервью, познавательные циклы в формате радиосериалов, литературные чтения. Типологизировать детские радиотексты можно по **способу трансляции** – одни выходят в прямом эфире («Музыкальный привет» на Детском радио), другие – в записи («Вопросы Веры и Фомы» на Радио Вера); по **возрастному критерию** – дети дошкольного возраста, начальной школы и подростки 12–14 лет – принципиально разные целевые группы. Соответственно, возрастные особенности

аудитории диктуют правила создания и оформления не только непосредственно программ, но и рекламных проектов. Показательно с этой точки зрения эфирное полотно Детского радио, которое разделено на сегменты по времени. «Радиостанция учитывает возрастные особенности и распорядок дня слушателей: утренний блок адресован дошкольникам, дневные программы – детям старше семи лет, в ночное время – музыка для сна» (Прим.4).

Отечественное детское вещание выполняет целый комплекс функций, одна из которых – **образовательная**. Современные продукты аудиокультуры позволяют с помощью новейших мультимедийных технологий, творческих режиссерских решений повысить интерес ребенка к процессу получения знаний.

Эта задача решается с помощью нескольких инструментов:

– *игровых форматов радио*. В жанре игровых циклов-сериалов созданы многие продукты Детского радио, например, «Тайны старой карты» – о путешественниках, «Как Морковкин в историю влип» – цикл об исторических персонах, предлагающий ребенку перенестись в прошлое и через постановочные сюжеты изучить эпоху Жюль Верна, Николы Тесла и т.д. Обратим внимание, что в этих фантазийных сценариях образовательный элемент раскрывается с помощью стилизации речи разных эпох, объяснения значения научных открытий и вклада в культуру и т.д. Упомянутая нами технология мэппинга и ее внедрение в трансляцию из студии также направлена на доступное восприятие познавательного контента;

– *упрощение речевых конструкций*. Один из актуальных трендов современной аудиокультуры – стремление сценаристов и редакторов адаптировать сложные научные понятия и явления, дать им объяснение с помощью упрощенных языковых конструкций. По такому принципу создан цикл «Ужасно интересно» на Детском радио, в котором авторы формируют подборку из трех фактов о флоре и фауне. Текст состоит из коротких предложений, простых стилистических оборотов, не требует специальной подготовки для понимания;

– *интерактивности аудиопроектов*. В условиях интерактива слушатель выступает не только частью пассивной целевой аудитории, но и реципиентом, то есть активным участником информационного процесса. Это достигается с помощью различных способов обратной связи – от звонков в прямой эфир до зачитывания сообщений от детей, присылаемых через мессенджеры. На основе интерактива построена концепция проекта «ХВЗ» на радио «Маяк» – утреннее шоу выходного дня с образовательным уклоном, в котором, например, может повествоваться о мифах Древнего Востока, тайнах романа «Война и мир», обсуждаться решение олимпиадных задач по физике.

Важнейшая функция радиовещания для детей – **социальной адаптации**. Медиапотребление детей и подростков на современном этапе представляет собой непрерывный процесс, в который включены более 80% несовершеннолетних. При этом большая часть аудитории, которая использует интернет-ресурсы для досуга или вспомогательных образовательных практик, не вовлечена в вербальное общение в среде ровесников и взрослых. Звонки в прямой эфир в рамках интеллектуальных шоу и развлекательных музыкальных передач позволяют детям проявить социальную активность и восполнить дефицит реальной коммуникации, справиться с психоэмоциональными трудностями. Подчеркнем, что позитивным обстоятельством

является именно стихийность такой коммуникации: звонящий в студию ребенок говорит не по подготовленному сценарию получает неожиданные вопросы ведущих, он учится формулировать ответы и вести свободный диалог в публичном пространстве. Такие условия создаются авторами проектов «Утреннее шоу Веснушки и Кипятоши», «Ярмарка талантов» (Детское радио) и т. д. Безусловно, успешность социализации зависит от риторики ведущих и «атмосферы» в студии. Редакцией Детского радио создаются и поддерживаются образы ведущих-друзей, компаньонов, наставников, которые могут объединить слушателей в сообщество. Например, в основу эфирного промо субботнего интерактива заложен диалог, в котором ведущий позиционируется как некий близкий и понимающий человек для всех детей сразу: *«Слушайте эфир с Дядей Сашей! А он чей дядя - твой? Общий!»*. Кроме того, в истории эфирных проектов Детского радио есть примеры, свидетельствующие об эффективной реализации задачи по социализации ребенка. Так, в рамках дневного интерактивного шоу «Развиваемся вместе» в студию неоднократно приглашали детей с ОВЗ, которые не посещают образовательные учреждения, а прослушивание радио и физическое участие в эфире – для них наиболее интересные виды досуга и формы общения.

Культуроформирующая функция. Сам по себе процесс потребления радиоконтента направлен на формирование комплекса навыков, которые относятся к разным сферам культуры. Первостепенно речь идет о вырабатываемых реакциях слушателя-ребенка или подростка на получаемое звуковое сообщение: концентрация внимания на смысле аудиосообщения, распознавание культурно-значимых звуковых символов, применяемых для создания медиатекста, этика общения с собеседником, которого только слышишь, но не видишь (если видеотрансляция не предусмотрена). Все это и образует такое понятие, как культура аудиокommunikации. Массив радиотекстов, участвующих в формировании культурного бэкграунда детей и подростков, сегодня объемён и многообразен. Это может быть программа, посвященная молодым музыкантам в проекте для детей «Радио России» «Концертино» (пр. ведущая И. Ушанова беседует с пианистом И. Папоном и его преподавателем А. М. Сандлером; с 17-летним скрипачом Т. Колесниковым и его педагогом Т. Тимошенко и т.д.), или беседа ведущих-подростков на радио «КП» «Наше время или Взрослым вход воспрещен» об уровне культуры молодежи, нравственности, морали: *«культурный человек уважает себя и окружающих; культура – умение быть благодарным, это идеальный человек, которого не существует», «культурный человек – это статус»* (Прим.5).

Пропаганда российских культурных ценностей, в том числе литературных традиций, – одна из задач Радио КНИГА. В ее сетке выделено специальное время для детской аудитории в рамках линейки «Сказка-раскраска». В вечернем сегменте транслируются сказки «Зайкина избушка», «Два мороза», «Вершки и корешки», «Жених и невеста» Г-Х. Андерсена, «Плутиска кот» Ушинского и т.д. *«Программа цветная, если ее послушать – вы поймете, что все вокруг будет замечательное, цветное и доброе»* (Прим.6), – характеризует цикл главный редактор радиостанции Егор Серов. Подчеркнем, что в целом контент Радио КНИГА рассчитан на аудиторию 12+. Именно по этой причине журналистами не допускается «оголтелого натурализма и неприкрытой эротики». (Прим.7) Контент создается и отбирается согласно критериям, которые отражены в корпоративном документе «Ценности бренда Радио КНИГА», включая «грамотную речь,

следование культурным традициям» (Прим.7) и пр.

Мотивирующая функция. Среди выходящих в настоящее время радиопрограмм есть те, которые не только задают духовно-нравственные ориентиры для слушателей и способствуют получению знаний, но и побуждают к творческой деятельности и самовыражению в каком-либо из ее видов. При этом реакция аудитории может быть как открытой – когда, например, ребенок слышит, как другой слушатель читает стихотворение в эфире и решает повторить за ним и позвонить в студию, так и закрытой – когда он воспринимает информацию и приобщается к творчеству, не извещая об этом коммуникатора (начинает рисовать после тематического эфира о живописи, читать книгу, рекомендуемую ведущим, и т.д.).

Основным мотивирующим механизмом служат реплики радиоведущих и их собеседников. Чаще всего импульс, заставляющий сделать что-либо полезное для себя или общества, возникает после похвалы и одобрения, то есть положительно-оценочных речевых актов. Например, этим приемом часто пользуется ведущая «Концертино». Она обращается к собеседнику – юному пианисту: *«Ты получил президентский грант, и ты являешься действующим членом молодежной секции лауреатов международного конкурса им. Чайковского. Это очень интересно», «Ты получил специальный приз на конкурсе Листа! Здорово!»* (Прим. 8). В выпусках участвуют дети из разных российских регионов. С помощью радиотекстов создается ощущение доступности и открытости музыкального профессионального сообщества, его заинтересованности в молодых талантах, несмотря на регион их проживания. Речевые конструкции ведущего и гостей формируют позитивный имидж разных региональных музыкальных учреждений и самих городов.

Ушанова: *«Расскажи нам о своем городе Челябинске?»*

Гость: *Он не только промышленный город, но и культурный центр, в наш город часто приезжают музыкальные коллективы, в нем много концертных залов* (Прим. 9).

Мотивирующий элемент может быть реализован и через интерактив с материальным вознаграждением, когда слушатели, отвечая на вопросы ведущих или отгадывая загадки, выигрывают призы. Так решается основная задача – рекламная, то есть аудитория приобщается к тем или иным мероприятиям радиостанции или ее партнеров. Однако, разыгрывая призы в интеллектуальных шоу, радиоменеджеры мотивируют детей и подростков не только принимать информацию, но и вести ее целенаправленный поиск.

Некоторые радиотексты реализуют функцию **приобщения детей и родителей к совместной деятельности**. Так, из «Концепции Детского радио» следует, что «совместная деятельность и общение развивают, обучают и воспитывают ребенка. Понимание этих закономерностей лежит в основе планирования программ» [Прим.3]. Под совместной деятельностью здесь стоит понимать и сам факт прослушивания эфира взрослыми и детьми – когда родитель включает приемник, помогает ребенку набрать номер телефона студии, подсказывает правильный ответ; и когда происходит приобщение родителей к коммуникации ребенка и коммуникатора – зачастую взрослые пишут письма от имени детей, не владеющих соответствующими навыками в силу возраста или из-за проблем со здоровьем. Функцию организации совместной деятельности радиостанции выполняют также с помощью коммерческих проектов (концерты и выездные мероприятия) и поощрения родителей и детей подарочной продукцией от партнеров

(например, в выпуске о зимних видах спорта Утреннего шоу с Веснушкой и Кипятошей от 07.02.2023 г.).

Развлекательная функция. Такие радиoproекты предназначены для психологической разрядки детей и подростков. Чаще всего прослушивание рекреативных программ аудитория совмещает с другими видами деятельности, при этом радио становится источником положительных эмоций, поддерживающим позитивный настрой в основном с помощью музыкальных композиций. Наибольшее число развлекательных проектов сегодня выходит в эфире Детского радио, а именно «Час без правил», «Музыкальный привет с Але-Аленой» и др.

Функция пропаганды и рекламы. Детское сообщество сегодня выступает в качестве прямой аудитории для формирования позитивного отношения к деятельности институтов власти, государственным проектам. Лояльность к ним формируется за счет позитивно окрашенных речевых актов ведущих: «На встрече с президентом были учителя, которые участвуют в проекте **«Классная тема»** (Прим.10); «мы **«Разговорами о важном»** сильно сблизим общество» (Прим.10).

Реклама товаров и услуг в рамках детского эфира может быть как интегрирована в контекст, так и размещаться в виде рекламных роликов в соответствующих блоках: «Хочу вам рассказать уроки о финансовой грамотности **от Банка России** (Прим. 11); «В моей мастерской висит на стене волшебная карта, проходя через нее, я и Витя со Светой – ученики **Академии парусного спорта, построенной для питерских ребят Газпромом** – решили посмотреть, как отправляется к Северному полюсу первая русская экспедиция Седова» (Прим. 12); «Помнишь, папа предлагал тебе работу – помочь покрасить забор? И деньги пообещал перевести на твою карту **Сберкидз**. – Пап. Давай скорее на дачу. Давай забор красить» (Прим. 13).

Безусловно, реализация рекламной функции иногда сопряжена с негативным восприятием такого контента взрослыми. Например, родители слушателей Детского радио на интернет-форумах высказываются о засилье рекламы в эфире: «Хорошие передачи и классная детская музыка. Но напрягает сильная привязка к Газпрому», «Очень любим это радио, но реклама кредитов и ипотеки на детской радиостанции под видом обучения финансовой грамотности через сказочки... Это что такое? Родители, будьте внимательны к тому, что слушают ваши дети» (Прим. 14) (орфография и пунктуация сохранены).

В начале 21-го века исследователь В. В. Умановский в научном труде «Детские радиопередачи как фактор социального воспитания школьников» утверждал, что влияние детских передач, рассматриваемых в качестве фактора социального воспитания школьников, на учащихся будет эффективным, если обеспечивается «педагогизация» детского радиовещания; осуществляется активизация слушателей в процессе радиовещания; происходит целенаправленное расширение социального опыта учащихся в ходе прослушивания детских передач. Анализ преобразований в современном детском эфире позволяет констатировать, что возможности влияния детских программ на формирование личности стали шире. Практически каждый проект, реализуемый в фм-диапазоне и обращенный к детям, решает просветительские, воспитательные, педагогические задачи (в том числе некоторые такие проекты создаются за счет грантов, о чем мы говорили выше).

В то же время неохотное обращение к продуктам аудиокультуры в среде детей и подростков сегодня видится нам проблемой, которая могла бы быть решена несколькими путями: в рамках практик семейного воспитания и просвещения; посредством интеграции радиопрограмм и подкастов в школьную учебную деятельность в качестве дополнительного материала для получения информации; при помощи расширения медиаобразовательных программ, следованию которым учащиеся создают собственный аудиоконтент, но для начала изучают опыт профессионалов.

Итак, мы выделили основные функции, которые объединяют проекты, вошедшие в нашу эмпирическую базу. Дальнейшее и комплексное исследование современного детского радиовещания позволит расширить представленные выводы, дать более четкие характеристики медиапотребления в сфере радио несовершеннолетними участниками коммуникативного процесса, усовершенствовать отечественный радиоэфир (в том числе с применением технических новаций) и сделать его более привлекательным и полезным для формирования личности ребенка и подростка.

Примечания

1. Виртуальные персонажи Детского радио «оживают» в реальном времени [Электронный ресурс] // Сайт Детского радио. URL: <https://www.gazprom-media.com/ru/media/virtualnye-personazhi-detskogo-radio-ozhivayut-v-realnom-vremeni> (от 24.12.2023)
2. Медиакит Детского радио за 2019 г. [Электронный ресурс]// URL: <https://radio.informexpress.ru/images/%D0%94%D0%95%D0%A2%D0%A1%D0%9A%D0%9E%D0%95/%D0%94%D0%B5%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B5%20%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D0%BE%202019.pdf> (дата обращения: 20.01.2024)
3. Концепция Детского радио. Национальная сеть детского вещания. Газпром-медиа, 2007 г.
4. Официальный сайт станции «Детское радио». [Электронный ресурс]// URL: <https://detifm.ru/radio> (дата обращения: 20.01.2024)
5. Культурный человек – кто он? Выпуск программы КП «Наше время или взрослым вход воспрещен». [Электронный ресурс]// URL: <https://music.yandex.ru/album/12567671/track/74183682?activeTab=track-list&dir=desc//> (дата обращения: 11.06.2023)
6. Егор Серов: То, что идет от сердца – остается. Книжная индустрия. [Электронный ресурс]// URL: <https://www.bookind.ru/categories/plan/5110/> (дата обращения: 11.11.2023)
7. Радио КНИГА. Ценности бренда. ООО «Дом музыки», 2016 г.
8. Ты пианист – играешь струнами души. Выпуск программы «Концертино» на Радио России. [Электронный ресурс] // URL: <https://smotrim.ru/audio/2606833> (дата обращения: 11.11.2023)
9. Сквозь столетия звук ее чудесный// Выпуск программы «Концертино» на Радио России. [Электронный ресурс]// URL: <https://smotrim.ru/audio/2597425> (дата обращения: 11.11.2023)
10. Как знание Конституции поможет в реальной жизни. Выпуск программы КП «Наше время или взрослым вход воспрещен». [Электронный ресурс] // URL: <https://radiokp.ru/podcast/nashe-vremya-ili-vzroslym-vkhod-vospreschen/665803> (дата обращения: 11.11.2023)
11. Финансовая грамотность: как научить детей правильно обращаться с деньгами. Выпуск программы КП «Наше время или взрослым вход воспрещен» [Электронный ресурс]//URL: <https://radiokp.ru/podcast/nashe-vremya-ili-vzroslym-vkhod-vospreschen/504797> (дата обращения: 12.01.2024)
12. Земля Франца-Иосифа. Вторая часть. Два капитана. Выпуск программы «Тайна старой карты» на Детском радио. [Электронный ресурс] // URL: https://detifm.ru/fairy_tales/id/1342 (дата обращения: 11.11.2023)

13. Петя и СберКот. Цикл Детского радио. [Электронный ресурс] // URL: https://detifm.ru/fairy_tales/id/1410 (дата обращения: 11.01.2024)
14. Детское радио. Яндекс карты. Отзывы. [Электронный ресурс] // URL: https://yandex.ru/maps/org/detskoye_radio/73469576919/reviews/?ll=37.625056%2C55.700329&z=16 (дата обращения: 11.01.2024)

Литература

- Давлетшина М. И. (2021). Мотивы обращения и особенности медиапотребления детей младшего школьного возраста. *Медиаскоп*, 4 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/2736> (дата обращения: 20.01.2024)
- Евдокимова А. К. (2021). «Клуб знаменитых капитанов»: путешествия по советским радиоволнам. *Labyrinth: теории и практики культуры*, 2, 21-40.
- Кострюкова Е. А. (2020). Жанровая специфика литературно-драматического аудиоконтента. *Вестник НГУ. Серия: История, филология, журналистика*, Т. 19, 6, 141-158.
- Хораскина Г.В. Васильева Л. А. Студенцов О. Р. (2021). Детско-юношеские радиопередачи национальной телерадиокомпании Чувашии в системе воспитания школьников. *Вестник ЧГПУ им. И. Я. Яковлева*, 3 (112), 201-208. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/detsko-yunosheskie-radioperedachi-natsionalnoy-teleradiokompanii-chuvashii-v-sisteme-vozpitaniya-shkolnikov/viewer> (дата обращения: 10.01.2024)
- Цуканова М. И. (2021). Воронежское радио для детей: развитие детского радиовещания в середине XX столетия. *Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика*, 4, 164-166.

References

- Cukanova M. I. (2021). Voronezhskoe radio dlya detej: razvitie detskogo radioveshchaniya v seredine XX stoletiya [Voronezh Radio for children: the development of children's radio broadcasting in the middle of the twentieth century]. *Vestnik VGU. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika*, 4, 164-166.
- Davletshina M. I. (2021). Motivy obrashcheniya i osobennosti mediapotrebleniya detej mladshego shkol'nogo vozrasta [Motivation factors and special aspects of media consumption of primary school children]. *Mediascope*, 4. Available at: <http://www.mediascope.ru/2736> (accessed: 20.01.2024)
- Evdokimova A. K. (2021). «Klub znamenityh kapitanov»: puteshestviya po sovetskim radiovolnam [“The club of famous captains”: travelling on the Soviet radio waves]. *Labyrinth: teorii i praktiki kul'tury*, 2, 21-40.
- Horas'kina G.V., Vasil'eva L. A., Studencov O. R. (2021). Detsko-yunosheskie radioperedachi n a cional'noj teleradiokompanii CHuvashii v sisteme vozpitaniya shkol'nikov [Radio programs on the national TV and radio company of Chuvashia for children and teenagers in the system of schoolchildren upbringing]. *Vestnik CHGPU im. I. Ya. Yakovleva*, 3(112), 201-208. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/detsko-yunosheskie-radioperedachi-natsionalnoy-teleradiokompanii-chuvashii-v-sisteme-vozpitaniya-shkolnikov/viewer> (accessed: 10.01.2024)
- Kostryukova E. A. (2020). Zhanrovaya specifika literaturno-dramaticheskogo audiokontenta [Genre specification of literary-dramatic audio content]. *Vestnik NGU. Seriya: Istoriya, filologiya, zhurnalistika*, Т. 19, 6, 141-158.

Статья публикуется впервые.
Поступила в редакцию 12.01.2024.
Принята к публикации 15.02.2024.

Об авторе

Зубаркина Елена Станиславовна – кандидат филологических наук, Московский педагогический государственный университет; ORCID: 0009 0005 5678 1787; es.zubarkina@mpgu.su

Zubarkina E. S.

**SPECIFICS OF MODERN CHILDREN'S RADIO DISCOURSE: AUDIENCE,
TYPOLOGY, PROGRAM FUNCTIONS**

Abstract. Children's radio broadcasting has undergone significant changes since the beginning of the digitalization era. On one hand, new technologies have made it more accessible, interactive, and interesting for the audience. On the other hand, in the process of media consumption by minors, radio is inferior to Internet media, video hosting, etc. To resolve contradictions and determine the role of radio and its potential in personality formation, the researcher turns to a broad empirical base, the analysis of which allows us to conclude that the owners of FM frequencies do not seek to exclude children from the broad portrait of the target audience and use different mechanisms for involving this category of listeners in the radio communication process. In the article, the author makes an attempt to reflect the functionality of radio texts of network stations, both niche and general, to determine their typological features, to identify the features of children's radio discourse and to formulate relevant problems and challenges that radio broadcasting faces today.

Keywords: radio, radio discourse, children's radio, FM broadcasting, audio culture, typology, program functions.

For citation: Zubarkina E. S. Specifics of modern children's radio discourse: audience, typology, program functions. *Memoirs of NovSU*, 2024, 1(52), 51-60. DOI: 10.34680/2411-7951.2024.1(52).51-60