

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра

Журналистика и социология

(наименование)

42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки)

Журналистика

(направленность (профиль) / специализация)

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

на тему

Авторская радиопрограмма на правовую тематику для “Толк радио”

Молодежного медиахолдинга “Есть talk!” (творческая работа)

Обучающийся

Н. С. Матросова

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

кандидат филологических наук, А.В. Куприянова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2024

Аннотация

Бакалаврская работа посвящена созданию авторской радиопрограммы на правовую тематику для «Толк радио» Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» Тольяттинского государственного университета.

Актуальность темы обусловлена наличием запроса аудитории на материалы правовой тематики и повышение правовой грамотности.

В первой главе были систематизированы знания о правовой тематике и правовом просвещении в СМИ, а также определены характеристики авторской радиопрограммы, как типа программы в современном радиоэфире.

Во второй главе была разработана концепция цикла авторской радиопрограммы на правовую тематику с действующим адвокатом, проведен социологический опрос целевой аудитории на заинтересованность в таких радиоматериалах, а также проведен рефлексивный анализ подготовленных авторских материалов.

В рамках авторской радиопрограммы на правовую тематику на «Толк радио» Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» Тольяттинского государственного университета опубликована серия из четырех авторских радиоматериалов в жанре интервью повышенной сложности. Целевая установка – создание и реализация концепции авторской радиопрограммы на правовую тематику – реализована. Список используемой литературы и источников включает 48 наименований.

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Радиопрограмма, как инструмент правового просвещения.....	7
1.1 Правовая тематика и правовое просвещение в медиа.....	7
1.2 Авторская программа, как тип программы в современном радиозэфире.....	17
Глава 2 Работа над циклом радиоматериалов для «Толк радио».....	25
2.1 Концепция авторской программы для «Толк радио».....	25
2.2 Анализ цикла авторских радиопрограмм, вышедших в рамках проекта «Живой разговор».....	32
Заключение	43
Список используемой литературы и используемых источников.....	45

Введение

Современное общество сталкивается с рядом проблем, связанных с недостаточным знанием и пониманием законов и правовых норм. Это может приводить к нарушениям прав и свобод граждан, а также к укреплению коррупции, безнаказанности и многих других немаловажных направлений. СМИ играют важную роль в формировании общественного мнения и распространении информации. Они являются основным источником новостей и событий, могут влиять на мнение и поведение людей, а также несут новую информацию. Как отмечает Ф.Б. Бабаева, важность правового просвещения в СМИ проявляется в следующих аспектах [6, с. 325-327]:

- Защита прав и свобод граждан. Информация о законах и правовых нормах, которая предоставляется через СМИ, помогает гражданам быть осведомленными и готовыми к действиям в случае нарушения их прав;
- Формирование правовой культуры населения. Включает в себя знание законов и правил поведения, ответственность за свои действия и т.д. Правовая культура способствует укреплению гражданского общества, развитию демократии и укреплению активной общественно-политической позиции;
- Повышение юридической грамотности. Включает в себя знание основных правовых терминов, процедур и механизмов правосудия, а также умение анализировать и оценивать юридическую информацию.

По данным Mediascope Cross Web в 2023 году журналисты и редакции интересовались темой права, она заняла пятую строчку рейтинга [25]. Также, в топе профессий спикеров, юристы разместились на третьем месте. По сравнению с прошлым годом их стали чаще привлекать для комментария той или иной ситуации.

Для молодежи важно знать свои права. Этот факт доказывают результаты социологического опроса, который был проведен в рамках исследования для выпускной квалификационной работы. На вопрос «Хотели бы вы повысить свой уровень правовой грамотности?» 70 (95,9 %) человек

ответили «да», а всего 3 (4,1 %) человека – «нет». Исходя из всего вышеизложенного, можно сделать вывод, что радиопрограмма на правовую тематику актуальна на сегодняшний день.

Объектом выпускной квалификационной работы является авторская радиопрограмма. Предметом – авторская радиопрограмма на правовую тематику на радиостанции университета.

Цель бакалаврской работы – создание и реализация концепции авторской радиопрограммы на правовую тематику для «Толк радио» редакции Молодежного медиахолдинга Тольяттинского государственного университета «Есть talk!».

Для того, чтобы достичь поставленной цели, нужно решить следующие задачи:

- систематизировать знания о правовой тематике и правовом просвещении в СМИ;
- определить характеристики авторской радиопрограммы, как типа программы в современном радиоэфире;
- разработать концепцию цикла радиоматериалов на правовую тематику с юристом;
- провести рефлексивный анализ материалов на правовую тематику, подготовленных в рамках проекта «Живой разговор».

Чтобы реализовать поставленные задачи исследования использовались такие методы как: метод синтеза, который позволил соединить информацию разных областей науки в одно целое и дал возможность расширить знания о СМИ и праве; сравнительно-сопоставительный метод подчеркнул специфику работы радиостанции по сравнению с другими видами СМИ; дедуктивный метод, благодаря информации об особенностях авторской радиопрограммы, позволил разработать идею авторского цикла; метод рефлексивного анализа позволил провести социологический опрос и выявить потребность у аудитории материалов на правовую тематику. Для создания цикла

радиоматериалов были применены такие способы, как работа с документами, биографический метод, метод самонаблюдения, интервью.

Теоретико-методологическая база выпускной квалификационной работы включает в себя научные работы на тему права таких исследователей как А.С. Доценко, М.В. Барыкина, Е.Е. Гришнова, А.С. Сиротин и др. В направлении журналистики использовались исследования Е.П. Прохорова, В.Е. Каширина, Н.Г. Нестеровой, А.А. Шерель, В.В. Смирнов и др.

Эмпирической базой стал цикл авторских радиоматериалов в жанре интервью на университетском «Толк радио» в рамках проекта «Живой разговор», общий хронометраж которого составил 1 час 35 минут.

Хронологические и географические рамки работы. Материалы авторской радиопрограммы были размещены на сетевом ресурсе talk-on.ru, который принадлежит Молодежному медиахолдингу «Есть talk!», с февраля по май 2024 года.

Практическая значимость работы высока. Результаты исследования могут использоваться в СМИ и радиожурналистике, а также в рамках учебного курса при создании авторских проектов на правовую тематику.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и источников. Актуальность темы исследования доказывается во введении. Также там обозначены цель и задачи.

Структура работы. В первой главе «Радиопрограмма, как инструмент правового просвещения» поднимается тема правового просвещения в медиа и ее значимости в жизни каждого человека, а также подробное описание типов программ в современном радиоэфире, которые помогают раскрыть эту тему. Во второй главе «Работа над циклом радиоматериалов для "Толк радио"» были описаны концепция авторской радиопрограммы на правовую тематику и анализ каждого материала, подготовленного в рамках ВКР. В заключении сделаны выводы по итогам проделанной работы. Список используемой литературы и источников содержит 48 наименований.

Глава 1 Радиопрограмма, как инструмент правового просвещения

1.1 Правовая тематика и правовое просвещение в медиа

Общие положения основ государственной политики РФ в сфере развития правовой грамотности и правосознания граждан указывают, что «Развитие правового государства, формирование гражданского общества и укрепление национального согласия в России требуют высокой правовой культуры, без которой не могут быть в полной мере реализованы такие базовые ценности и принципы жизни общества, как верховенство закона, приоритет человека, его неотчуждаемых прав и свобод, обеспечение надежной защищенности публичных интересов» [32]. Получается, что правовая грамотность населения важна для государства и зависит от правовой культуры, которая, в свою очередь, реализовывается через правовое просвещение.

В законе Российской Федерации отсутствует закрепленное определение понятия правового просвещения. Именно поэтому интерпретаций этого термина большое количество. Чтобы разобраться с правовым просвещением в медиа, нужно дать определение, от которого можно отталкиваться для дальнейших исследований.

Сначала воспользуемся семантическим методом для установления общеупотребительного определения с помощью толковых словарей. В эталонном Большом академическом словаре русского языка «просвещение» – «распространение знаний, образования, культуры; совокупность образовательно-воспитательных мероприятий; приобретение, получение знаний; образование» [8, с. 237]. В Толковом словаре В.И. Даля «просветить, просвещать» – «даровать свет умственный, научный и нравственный, поучать истинам и добру; образовать ум и сердце. Просвещенный человек – современный образованием; книжный, читающий, с понятиями об истине, доблести и долге» [13, с. 1328].

«Целенаправленная и систематическая деятельность государства и общества по формированию и повышению правового сознания и правовой культуры в целях противодействия правовому нигилизму и обеспечения процесса духовного формирования личности, без которого нельзя обойтись, реализуя идею построения в России правового государства» [14, с. 183] – такую формулировку определения правового просвещения А.С. Доценко считает самой распространенной в научной литературе. Профессор О.О. Миронов воспринимает его как «начальный этап в понимании правовых категорий, юридических норм» [25, с. 15], а профессор М.В. Барыкина считает, что «правовое просвещение представляет собой распространение в обществе знаний о праве и разъяснение положений действующих нормативных правовых актов, а также практики их применения в целях формирования убежденности в необходимости соблюдения законов и предупреждения правонарушений» [7, с. 58]. Правовым просвещением, как «одной из значимых форм реализации правовой политики, с помощью которой можно воздействовать на сознание, формировать определенный образ мыслей, юридическую культуру» [39, с. 14] считает профессор О.Ю. Рыбаков.

После анализа научной литературы можно сделать вывод, что существует не одна версия определения понятия «правовое просвещение», и, что примечательно, большинство из них концептуально противоречат друг другу. Также, правовое просвещение дефинируется с правовой культурой, правовым образованием, правовым информированием, правовым обучением и правовым воспитанием. Для того, чтобы можно было раскрыть полное содержание понятия правового просвещения, нужно не только рассмотреть его отдельно от всех этих смежных составляющих, но и вместе с ними.

Когда рассматриваются проблемы правовой культуры, авторы почти не затрагивают тему правового просвещения в его первоначальном виде. Чаще всего его изучают в направлении правового воспитания, раскрывают через правовую тематику. Одним из таких авторов является И.А. Иванников: «Правовое просвещение — это процесс распространения правовых знаний

среди населения, что способствует росту их правовой культуры, уважительного отношения к праву, правосудию и законности» [17, с. 280].

А.С. Доценко отмечает: «Правовое образование предполагает усвоение систематизированного знания, а также, как правило, наличие обязательных механизмов контроля за таким процессом. Правовое обучение имеет своей целью передачу правового знания конкретной тематики либо привитие конкретных навыков. Очевидно, что в той или иной ситуации правовое обучение может быть как составляющей правового образования (например, быть одним из элементов учебного процесса в вузе), так и выступать в качестве относительно самостоятельной категории (например, обучение основам права взрослого населения). Правовое воспитание также можно рассматривать и в качестве относительно самостоятельной категории (например, как одну из сфер государственной деятельности), и как составляющую образования» [14, с. 182].

Формирование личности происходит через воспитание и обучение, которые представляют собой две составляющие одного процесса. Сегодня образование рассматривается как ключевой механизм передачи культурных ценностей от одного поколения к другому.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что правовое просвещение имеет свой собственный смысл и не совпадает полностью ни с правовым воспитанием, ни с правовым обучением. Все эти самостоятельные категории равны, но включены в самое широкое из них понятие, которым является правовое просвещение.

Также на сегодняшний день важно различать и соотносить понятия «правовое информирование» и «правовое просвещение». Просвещение, с одной стороны, предполагает под собой передачу знаний и культуры, образовательные и воспитательные мероприятия. С другой стороны, информирование, скорее всего, относится к праву в позитивистском его понимании. Правовое просвещение же охватывает более широкий спектр содержания, представляя право в самом обширном контексте. При этом

правовое информирование всегда является одним из инструментов правового просвещения.

Правовое просвещение играет важную роль в формировании правовой культуры через воздействие на понимание законов, что в свою очередь влияет на поведение и активность личности в рамках закона. Как отмечает Е.А. Певцова, правовое просвещение в настоящее время должно стремиться к повышению уровня правового сознания и культуры, что предлагает не только знание законов, но и убеждение в их значимости, умение следовать им, а также активно участвовать в правовой и политической жизни общества. Полученные в результате образовательного процесса знания должны стать частью личной установки человека на строгое соблюдение законов, а затем перерасти во внутреннюю потребность и привычку действовать в соответствии с правовыми нормами, проявляя активность в области права и политики [34, с. 41].

В монографии «Правовая культура в политическом пространстве» Е.Е. Гришнова обозначила основные субъекты правовой культуры, главным из которых является государство. «Далее, на наш взгляд, следует семья, которая, несмотря на все социальные трансформации, осталась основной ячейкой общества и в наименьшей степени подвержена политическому влиянию государства. И лишь затем следуют учебные заведения, СМИ и общественные организации... В настоящее время в российском обществе довольно широко распространено мнение о том, что именно СМИ формируют многие мнения, привычки, традиции, образцы поведения и т.д. С этим трудно не согласиться, поскольку данные многочисленных социологических опросов подтверждают именно такую тенденцию» [12, с. 95-96].

СМИ являются единственным постоянным и непрерывным источником формирования правовой культуры населения, в то время как другие субъекты оказывают свое воздействие срочно, периодически и нерегулярно. Например, учебные заведения формируют правовую культуру только во время обучения, а общественные организации проводят работу по этому вопросу нерегулярно.

Государство может не информировать граждан об определенных правовых аспектах из-за различных причин, например, таких как экономия бюджетных средств.

Средства массовой информации могут проводить «правовую профилактику», информируя граждан о законах и правилах, тем самым помогая им понимать свои права и обязанности. Например, гражданин может не знать о сроках для оформления наследства, что приведет к неблагоприятным для него последствиям. СМИ способны напоминать гражданам о различных важных правовых аспектах, помогая избежать им негативных последствий.

Пример, который наглядно показывает, как государство и СМИ взаимодействуют в области правового просвещения граждан, описала Д.Ю. Мартынкина: «Как известно, ликвидация правовой неграмотности среди некоторых категорий населения особенно важна, поскольку является для них подчас условием физического выживания. Одна из таких категорий населения – граждане, страдающие социально значимыми заболеваниями. В соответствии с постановлением Правительства РФ от 01.12.2004 г. №715 «Об утверждении перечня социально значимых заболеваний и перечня заболеваний, представляющих опасность для окружающих» [30], к социально значимым отнесены туберкулез, инфекции, передающиеся преимущественно половым путем, гепатиты В и С, болезнь, вызванная вирусом иммунодефицита человека, злокачественные новообразования, сахарный диабет, психические расстройства и расстройства поведения, болезни, характеризующиеся повышенным кровяным давлением. Эти заболевания выделены по двум критериям: высокая степень тяжести последствий и распространенность среди россиян» [24, с. 4].

Деятельность СМИ в формировании правовой культуры имеет конструктивный характер. Журналисты часто анализируют законы, подзаконные акты и их применение, что может быть использовано для улучшения процессов создания и применения законов. Сравнение роли СМИ

и государства в этом процессе показывает, что государство, обладая значительными ресурсами, может использовать государственные СМИ для правового просвещения населения.

СМИ являются ключевым общественным институтом, способным оперативно информировать граждан об их правах, включая тех, кто сталкивается с социально значимыми заболеваниями. В то время, как общественные организации также выполняют подобные функции, а их охват и финансовые возможности ограничены. СМИ могут легко достигнуть широкую аудиторию, включая тех, кто нуждается в информации о заболеваниях.

Поэтому важно признать, что только СМИ способны обеспечить массовое информирование о правах граждан, включая профилактику и лечение социально значимых заболеваний. Государство должно поддерживать и стимулировать подобные усилия, возможно даже закрепляя право граждан на соответствующую информацию в законодательстве.

Деятельность различных субъектов по формированию правовой культуры населения изучается в рамках теории государства и права, педагогики, филологии и других наук. П.Ю. Пьячева: «К субъектам правового просвещения населения можно отнести такие социальные институты, как семья, учреждения среднего и высшего образования, церковь, а также средства массовой информации, обладающие в настоящий момент несомненным приоритетом в этом направлении. Фундаментальным субъектом формирования правовой культуры является государство (в лице органов государственной власти), которое доминирует в наличии возможностей влияния на общество» [36, с. 296].

Е.Е. Гришнова отмечает, что эта деятельность может принимать разнообразные формы. При этом некоторые формы правового воспитания, которые доказали свою эффективность в советское время, также упоминаются в работе исследователя: «правовое обучение и просвещение; правовую пропаганду; проведение на предприятиях показательных судебных процессов,

выездных сессий арбитража; общие собрания рабочих и служащих, посвященные, заслушиванию отчетов депутатов и другим вопросам, регулируемым правом; правовая агитация; лекции и беседы, семинары, классные занятия и другие формы воспитания, предусмотренные учебными планами школ, техникумов, вузов и т.п.; встречи с работниками прокуратуры, народного суда, милиции и дружинниками; диспуты на правовые и моральные темы, вечера вопросов и ответов; кружки по правовой и нравственной тематике, клуб юного юриста и некоторые другие» [12].

По мнению Е.Е. Гришновой, некоторые из этих форм вполне применимы в правовом воспитании населения и в современной России. Классификация форм правового воспитания показывает, какие организации и учреждения сотрудничают со СМИ, чтобы повысить уровень правовой культуры населения.

Социолог С.О. Бондаренко предлагает такую классификацию «направлений роста уровня правовой культуры населения»: «совершенствование правовой основы жизнедеятельности государства и общества; демократизацию работы органов власти и управления и в первую очередь – правоохранительных органов; осуществление правовой и судебной реформ; совершенствование практики применения законов и иных нормативных актов; ликвидацию правовой безграмотности населения; развитие информационных технологий в правовой сфере и другие» [9].

Семь инструментов, с помощью которых СМИ и другие субъекты повышают правовую культуру населения, выделил правовед А.С. Сиротин: «печать; радиовещание; кино; телевизионное вещание; литература; искусство; средства наглядной пропаганды и агитации» [41].

Работа А.С. Сиротина написана в 2000 году, поэтому данная классификация не учитывает значения интернета как средства правового просвещения, поскольку в то время автор не мог оценить его роль. Хотя, интернет, безусловно, должен быть включен в этот список. По данным

Mediascope ежедневно пользуются интернетом 73 % опрошенных, эпизодически или не пользуются совсем всего 17 % [25].

Но, все-таки, не стоит думать, что интернет займет ведущую позицию. Исследователь А.С. Сиротин ставит на первое место печать: «Печать дает возможность каждому основательно разобраться в правовой информации путем неоднократного прочтения и повторения прочитанного, способствует развитию аналитических способностей читателя, помогает прочувствовать и выработать личное отношение к прочитанному, а ряд моментов и запомнить, а в необходимых случаях и сохранить напечатанное. Громадный круг читателей в сочетании с массовыми тиражами многих органов печати и высокой оперативностью (особенно газет) делают печать главным средством передачи правовой и иной информации, связанной с правовым обучением и воспитанием уважения к закону» [41].

Исследователь Е.П. Прохоров выделяет важную роль СМИ, как воспитателя общественности, он подчеркивает культууроформирующую функцию и способность оказывать воздействие на мнение индивида и общества в целом [35, с. 62-63]. Е.Ю. Коломийцева также подчеркивает важность этой функции: «она заключается в том, чтобы, будучи одним из институтов культуры общества, журналистика участвовала в пропаганде и распространении в обществе высоких культурных ценностей, воспитывала массы на образцах общемировой культуры, тем самым способствуя всестороннему гуманистическому развитию человека» [22, с. 78]. Того же мнения исследователь С.В. Коновченко: «СМИ имеют возможность постепенно, методично и продолжительно оказывать воздействие на мнение каждого отдельно взятого индивида и общество в целом, подготавливая, закрепляя и ускоряя процесс принятия идей» [23, с. 114].

В итоге, Д.Ю. Мартынкина сформулировала особенности СМИ как инструментов правового просвещения населения: «СМИ распространяют правовую информацию на массовую аудиторию; СМИ предоставляют правовую информацию, позволяющую ориентироваться в социально

значимых явлениях и проблемах; СМИ предоставляют актуальную правовую информацию, которая позволяет ориентироваться в динамично меняющемся море правовой информации; СМИ подают правовую информацию в доступной, легкой для усвоения форме; Распространение СМИ правовой информации носит интерактивный характер; СМИ создают общественное мнение по правовым вопросам, стимулируют формирование социально активной позиции общественности» [24, с. 9].

Охарактеризуем эти особенности более подробно:

«– влияние СМИ является массовым в силу их природы. Только они способны влиять на столь обширный круг лиц независимо от их пространственной рассредоточенности;

– правовая информация, приобретаемая населением через СМИ, обеспечивает людей сведениями, которыми они могут оперировать как своими в разных сферах жизни;

– гражданин приобретает правовую грамотность не раз и навсегда – его знания нуждаются в постоянном пополнении в связи с принятием новых законов, постановлений, корректировок в практике и т.п. (так называемая «инфляция права»). СМИ способны уследить за этими изменениями и оперативно проинформировать о них население;

– воздействие СМИ, производимое в целях формирования правовой культуры, осуществляется в простой, доступной форме, способствующей лучшему усвоению информации. Оно может быть сопряжено с осуществлением других функций СМИ – коммуникативной, непосредственно-организаторской, идеологической, культурно-образовательной, рекламно-справочной, рекреативной. Кроме того, как подчеркивает профессор Е.П. Прохоров, доступность информации для масс также обусловлена ее бесплатным поступлением или получением за небольшую плату;

– большая часть СМИ открыта для участия в их работе всех желающих: граждане могут присылать письма в редакцию, задавать вопросы, обращать внимание журналистов на юридические ошибки и т.п.;

– СМИ способны создавать единую позицию массы по касающимся ее вопросам, интегрировать ее в социальную общность и вырабатывать активную позицию. Это происходит, к примеру, когда СМИ призывают отстаивать свою правовую позицию в суде, обжаловать решения в вышестоящих органах, подавать коллективные иски и т.п.» [35].

В.Е. Каширин отмечает: «Масс-медиа давно играют важную роль в формировании правосознания и правовой культуры общества и индивидов. Нередко именно они формируют у людей образы права, правовой реальности, законодателя, судей и правосудия и т. п., восполняют в их сознании пробелы в знании о праве, компенсируют отсутствие собственного опыта правового взаимодействия с другими членами общества, государственными органами. Интерес к правовым вопросам, юридической практике в обществе постоянно растет. Средства массовой информации и арт-индустрии (телевидение, кино), которые совокупно обозначаются термином «медиа», способны его удовлетворить и, надо сказать, значительно в этом преуспели» [19, с. 131]

Таким образом, можно выделить комплекс проблем, частично обусловленных воздействием средств массовой информации, решение которых является ключевым для дальнейшего гармоничного развития общества и его правового просвещения.

Во-первых, необходимо организовать мероприятия с экспертами по правовым вопросам для журналистов, чтобы обеспечить им постоянное обновление знаний об изменениях в законодательстве: «Как показало анкетирование, проведенное среди журналистов Забайкальского края в сентябре 2020 года, 87 % опрошенных утвердительно ответили на вопрос: «Хотели бы Вы регулярно повышать свой уровень правовых и этических знаний на мастер-классах, обучающих семинарах, круглых столах и т.п.». Это говорит о том, что и журналисты, в большинстве своём, заинтересованы в углублении знаний по правовой тематике и повышении своего уровня правовой культуры, однако не всегда у них есть такая возможность» [40, с. 182].

Во-вторых, журналистскому сообществу нужно противостоять распространению преступной субкультуры и способствовать формированию правового сознания через соответствующие материалы. Журналистика также должна выполнять другие важные функции, такие как образовательная, культууроформирующая и просветительская.

И, наконец, требуется объединение усилий журналистского сообщества, общественных организаций и государственных органов для создания безопасной информационной среды. Также необходимо принятие законодательных мер, направленных на ограничение демонстрации насилия, агрессии, жестокости и материалов, содержащих оскорбления и нецензурную лексику в средствах массовой информации. Эти меры помогут предотвратить трансформацию ценностей в современном обществе и способствуют усилению конструктивной деятельности журналистов. Средства массовой информации стали мощным инструментом формирования правосознания населения благодаря правовому просвещению и играют важную роль в повышении правовой культуры граждан.

1.2 Авторская программа, как тип программы в современном радиоэфире

Радио считается одним из наиболее удобных средств массовой информации для аудитории, так как его можно слушать, не прерываясь от своих дел, и интегрировать в любую занятость. Оно передает важные новости, сообщает факты, знакомит с новым и расширяет кругозор. В настоящее время радио рассматривается не только как аудиальное средство массовой информации, но и как более широкий инструмент.

Радио остается конкурентоспособным и востребованным медийным сегментом, но для удержания аудитории важно понимать ее потребности и быть готовым к изменениям в условиях острой конкуренции и широкого выбора радиостанций для каждого слушателя.

Радиодискурс изучают через призму особенностей радиокommunikации и сравнивают с другими формами публичной коммуникации. Радиодискурс, как часть медиадискурса, требует описания с учетом общих и специфических характеристик, учитывая различия между радио-, теле- и печатными дискурсами.

Изучая медиадискурс как особый вид коммуникации, исследователи не ставят ограничений на форму общения или на его участников. Однако, экстралингвистические факторы, контекст событий, коммуникативные настройки в радиокommunikации определяют радиодискурс как уникальный вид коммуникативной деятельности. «Радиодискурс – это тип медиадискурса, представляющий собой совокупность дискурсивных практик и продуктов дискурсивной деятельности в сфере радиокommunikации» [28, с. 21].

Радиопространство включает физическое пространство радиовещания, участником коммуникации, а также продукт передачи информации – радиотекст. Коммуникативное пространство в радиоэфире создается с помощью языка, звуков, музыки и слов. Отсутствие визуальных элементов определяет особенности радиовещания и объясняет использование специфической лексики для выделения канала из других.

Исследователь И.В. Иваненкова определила структуру медиапространства, в которую входят: «форма физического пространства; форма социальных отношений агентов медиапространства – участников медиакоммуникации; форма символического продукта, с помощью которого распространяется массовая информация» [17, с. 21].

Характеристики радиокommunikации и организации радиодискурса определяют условия передачи информации через радио: дистантность, отсутствие визуализации, массовость аудитории, скорость передачи и связь со временем. Динамичность и ситуативность являются ключевыми особенностями радиодискурса, проявляющимися в разговорных программах и развлекательных передачах.

Радиодискурс объединяет универсальные черты, которые имеют другие формы медиадискурса, с отличительными характеристиками, но несмотря на это имеют самостоятельное положение в дискурсивном пространстве. Это демонстрируется через различные факторы: «внелингвистические условия радиокоммуникации, стремление к конкретизации радиопространства, разнообразие жанров и тематик», а также особенности организации текстов в радиодискурсе и специфические языковые приемы» [28, с. 22].

Современные радиостанции, благодаря определенным критериям, классифицируются из комплексного подхода. Соответственно, эти самые критерии оказывают влияние на систему функционирования радиостанций. Практическая деятельность радиостанций имеет возможность включать в себя различные аспекты, а они, в свою очередь, показывают себя в их функционировании.

Классификация радиостанций нужна для того, чтобы можно было объяснить потребность в систематизации информации, которая касается состояния радиовещательных организаций. В типологии выделяют ключевые характеристики, которые раскрывают внутренние механизмы функционирования радиоканалов, такими являются: «масштаб деятельности, форма собственности, используемые технологии вещания и контент передач» [21, с. 91].

На сегодняшний день можно дифференцировать радиостанции по различным критериям. Основанием типологии послужил комплексный подход. Практическая деятельность радиостанций может включать в себя различные аспекты и признаки, которые определяют их работу.

«Основные признаки и характеристики типологии радиостанций:

– по административно-территориальному признаку / масштабу вещания: общенациональные / федеральные / общероссийские радиоканалы; региональные; местные;

– по форме собственности: государственные; муниципальные; общественные; акционерные; частные;

- по технологии вещания: проводные, частотные, волновые;
- по контенту вещания / содержанию передач: смешанные, информационные / информационно-аналитические, музыкальные / музыкально-развлекательные, религиозные» [21, с. 91-95].

Типология радиостанций дает возможность расставить границы между радиоканалами по «характеристикам, определяющим их формально-содержательные признаки, направленность и методы воздействия на целевую аудиторию» [21, с. 95].

Общепринятого определения термина «формат» не существует. Можно рассмотреть понятия исследователей, которые изучали данное явление.

Например, А.А. Шерель предложил такое определение: «концепция радиостанции, включающая содержание, ритмы вещания, эстетические нормы программирования, манеру работы ведущих и другие специфические особенности организации передач, а также структурирование программных элементов в соответствии с потребностями целевой аудитории» [48, с. 208]. Исследователь В.А. Сухарева – «концепция вещания станции, призванная привлечь определённую аудиторию с учётом ее социально-демографических, психотипических, поколенческих характеристик, стиля жизни и даже уровня духовного развития» [45, с. 72]. Е.Р. Раскатова считает, что «формат необходимо рассматривать в двух значениях. Одно из них является более широким и определяет формат как систему формирования творческой концепции вещания, ориентированной на определенный сегмент аудитории. В более узком и наиболее часто употребляемом практиками понимании «формат» - набор музыкальных и информационных направлений, используемых данной радиостанцией для привлечения и удержания определённой аудитории на её волне» [38, с. 27].

Для удержания аудитории нужно понимать своего слушателя, что-то менять, учитывая конкуренцию. Сегодня каждый человек имеет возможность выбирать любые радиостанции, которые ему интересны, будь то оперативная информация или развлекательная программа.

В.В. Смирнов отметил изменения отечественного радиовещания: «Изменения, происходящие в вещании, в работе радиостанций были системными: возникали новые типы радиопередач, модифицировались формы и жанры, повышалось значение ведущего, как организующего центра радиопрограмм, менялось его ролевое поведение у микрофона. И все это происходило комплексно, во взаимосвязи и взаимозависимости разных содержательных и формальных компонентов, элементов целостности функционирования творческих радиоструктур» [42, с. 108].

Исследователь Н.А. Климашина дает такое определение понятию «авторская программа» – «структура, состоящая из определенных музыкальных и речевых элементов, которые отличают ее от других программ не только на данной радиостанции, но и во всей радиосфере. Авторские программы выражают концепцию канала, его отношение к событиям в стране, мире, а также отражают запросы, ожидания и интересы своей аудитории» [20, с. 3]. По мнению А.А. Шереля, «авторская программа — радиопередача, автор которой одновременно выступает в роли ее создателя и ведущего, режиссера, литературного и музыкального редактора, корректора, а иногда и продюсера. То есть автор радиопередачи целиком и полностью отвечает за ее производство: сам придумывает тему, сам пишет текст, подбирает музыкальный материал, продумывает специальный джингл, иногда находит спонсоров. Отредактировать эту программу и решить, выпускать ее в эфир или нет, может только главный редактор (на «многопрофильной» информационно-музыкальной радиостанции) или программный директор» [47, с. 55]. Исследователь В.А. Сухарева считает, что формат – это «мировой общепринятый радиотермин, заимствованный другими СМИ в эпоху конвергенции и используемый без адекватного понимания его сути. Придуман и впервые испробован в США в конце 1940-х – начале 1950-х гг. как механизм зарабатывания денег на вкусах и пристрастиях аудитории» [45, с. 71]. «Работа ведущего – это многоаспектный критерий, манеру поведения ведущего, его психологические, интеллектуальные, голосовые, тембральные

характеристики. Каждый ведущий в структуре эфирного часа имеет свои цели, задачи, установки, от реализации которых зависит, будет ли иметь успех у аудитории та или иная программа. Кроме того, ведущий обладает уникальными личностными, в том числе речевыми, характеристиками, которые в совокупности позволяют выделить его из ряда других ведущих и описать как дискурсивную языковую личность» [16, с. 65-66].

В.В. Смирнов выдвинул свой список жанров радиопрограмм: «аналитическое радиоинтервью, аналитическая радиокорреспонденция, аналитический радиорепортаж, радиорецензия, обзор писем, радиобеседа, радиокомментарий, радиообозрение, дискуссия на радио, радиоречь, журналистское расследование, радиоочерк, радиозарисовка, радиорасказ, радиофельетон, радиокомпозиция» [43, с. 131]. Еще популярно радиоинтервью. Его целью является передача информации от компетентного источника. Журналист старается не только задать вопросы по теме, но также выяснить мнение интервьюируемого. В таких случаях интервью становится более содержательным и аргументированным. Разговор может касаться важных социальных вопросов, что делает его более сложным и требует хорошей подготовки со стороны журналиста. Еще один жанр – радиокомментарий. Направлен на объяснение значимости фактов или событий, их причин и последствий, с целью воздействия на мнение слушателей. Автор интерпретирует факты и явления, уделяя внимание деталям и логике изложения. Логика комментария играет важную роль в убеждении аудитории.

Также пользуется популярностью радиоочерк. Может быть проблемным, портретным или путевым. Путевой популярен среди современных авторов, часто включает музыкальные элементы для демонстрации народных традиций. Автор должен четко определить свою задачу и план работы, чтобы максимально эффективно раскрыть тему. Пространство и время играют особую роль, так как автор активно взаимодействует с внешним материалом.

В популярной радиорецензии журналист или критик предоставляет глубокий и всесторонний анализ и оценку рецензируемому произведению. Важным аспектом является выражение личной позиции автора, которая должна быть поддержана аргументами, размышлениями и выбранным иллюстративным материалом. В отличие от письменной рецензии, радиорецензия обусловлена использованием звучащего материала, таких как фрагменты театра, спектакля, музыкальных произведений или кинематографа. Этот аспект может представить огромные трудности, так как звуковой материал не всегда адаптирован для радиовещания. При этом важно сохранить баланс между текстом рецензии и включенными «сценками», чтобы не нарушить структуру программы. Если необходимо включить аудиофрагменты, то их следует хорошо объяснить слушателям: кто говорит, о чем идет речь, какой контекст данного фрагмента. Радиорецензия позволяет аудитории получить более полное представление о рецензируемом произведении благодаря звуковым примерам, что делает ее уникальной и интересной формой передачи информации и мнений.

При разработке авторской радиопрограммы важно: понимать потребности руководства радиостанции и быть готовым к изменениям в программном расписании; следить за контентом отечественных и зарубежных радиостанций аналогичного формата, чтобы быть в курсе основных тенденций в развитии авторских программ и обоснованно представить преимущества новой радиопрограммы. В.А. Гринфельдом и Я.Ю. Никитенко отметили, что «главное в авторской программе, в каком бы формате она не выходила, – авторское начало, которое артикулируется журналистом совершенно открыто» [11, с. 128]. «Также важнейшими чертами авторской журналистики эти авторы считают: самостоятельное участие автора программы в ходе всего цикла: от разработки медиапродукта до его распространения; авторские стилистические и композиционные особенности текста; чёткую авторскую позицию по произошедшему событию (собственные комментарии автора); оригинальный подход в освещении темы; обратную связь со слушателями»

[11, с. 66]. Также важнейшими чертами авторской журналистики оказываются: самостоятельное участие автора программы в ходе всего цикла от разработки медиапродукта до его распространения: «авторские стилистические и композиционные особенности текста; чёткая авторская позиция по произошедшему событию (собственные комментарии автора); оригинальный подход в освещении темы; – обратная связь со слушателями» [11, с. 128].

Для статуса радиопрограммы проводится анализ, который состоит из восьми пунктов: «сфера информационного внимания (тематический спектр передач); целевая аудитория; время выхода в эфир и периодичность; уровень интерактивности (послания, звонки, транзакционность); ведущие (типы ведущих); иерархические отношения между ведущими; формат программы (степень осмысленности темы ведущим; какая сфера информационного внимания в основном прослеживается в программах; в какой степени основывается ведущий на экспертном мнении; сколько своих знаний ведущий вкладывает в программу; совпадение образа ведущего и программы); стиль программы (тональность, синтаксис, стилистика)» [11, с. 129].

Выводы по главе 1. После анализа множества научной литературы, можно сформулировать основные характеристики авторской радиопрограммы:

- авторская программа на радио – это информативное и интерактивное шоу с различными сегментами, ведомое профессиональными модераторами и адаптированное к интересам аудитории;
- основная цель авторской программы – удовлетворить потребности слушателей за ограниченное количество времени;
- программа призвана быть уникальным элементом эфира, что способствует повышению рейтинга радиостанции;
- ключевыми факторами успеха являются соответствие формату станции, стиль ведущего, интерактивные сегменты, новости;
- ведущий играет важную роль в популярности программы и вовлечении аудитории в передачу.

Глава 2 Работа над циклом радиоматериалов для «Толк радио»

2.1 Концепция авторской программы для «Толк радио»

Для того, чтобы разработать концепцию авторского радиoproекта, нужно провести типологический анализ площадки размещения цикла материалов, критерии которой разработал А.И. Акопов [4]. Площадкой является Молодежный медиахолдинг «Есть talk!».

Учредитель Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» – федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тольяттинский государственный университет». Это дает возможность определить цели и задачи журналистских материалов медиахолдинга, куда входит выполнение культурно-просветительской, познавательной, воспитательной функций СМИ.

Устав Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» включает в себя цели, которые ставит перед собой редакция. Одной из таких целей является «обеспечение культурно-просветительской, познавательной и воспитательной функции СМИ», частью которой являются материалы на правовую тематику [46, с. 3].

Одной из главных задач, которые прописаны в уставе редакции, является «содействие информационных, культурных и связей Тольяттинского государственного университета с другими социальными институтами» [46, с. 4]. Этот факт подтверждает то, что материалы на правовую тематику помогают решать одну из важнейших задач редакции, так как право является социальным институтом.

Платформой авторской радиoproграммы, на которой размещен цикл материалов, выступает сетевое издание «Есть talk!».

Состав Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» включает в себя: телевизионную редакцию «Толк ТВ», радиоредакцию «Толк Радио», редакцию газет «Тольяттинский университет» и «Speechka», редакции сайтов

университета tltsu.ru и talk-on.ru. Для размещения радиоматериалов на правовую тематику больше всего подходит talk-on.ru, так как именно на этом сайте публикуется аудио контент. Также в основу материалов сайта входит текст и фото, которые интегрируются в авторскую программу. Аудитория может прочесть материал, если нет возможности прослушивания, что является большим плюсом, так как многообразие форматов дает возможность выбора и повышает охваты сайта.

Целевая аудитория сетевого издания talk-on.ru – студенты и абитуриенты федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Тольяттинский государственный университет», жители Тольятти. Средний возраст аудитории – примерно 16- 45 лет.

Рубрики сетевого издания talk-on.ru: «Толковости» (новостные материалы), «Научпоп» (научно-популярные материалы), «Учись как надо» (материалы про учебу), «С места в карьеру» (о трудоустройстве), «Слово школам» (материалы школьников), «Спецпроекты» (специальные проекты издания), «Анонсы» (афиши и анонсы). Также присутствуют ссылки на видео- и аудио платформы Молодежного медиахолдинга «Есть talk!», а именно «Толк ТВ» и «Толк Радио». Для реализации цикла авторской радиопрограммы на правовую тематику в рамках выпускной квалификационной работы была выбрана площадка «Толк Радио». Частота обновления материалов сайта – ежедневно.

У «Толк Радио» присутствует рубрика «Заметки адвоката», которая нацелена на достижение тех же целей и задач, что и авторская радиопрограмма на правовую тематику.

Рубрика «Заметки адвоката» реализуется в форме монолога действующего адвоката, старшего преподавателя института права Тольяттинского госуниверситета Артема Дулгер. Авторская программа на правовую тематику построена в форме интервью. Спикером выбран также Артем Дулгер.

Плюсом формата диалога является то, что во время аудиозаписи интервьюер может задавать поясняющие вопросы, которые могут быть непонятны простой аудитории без юридического образования, но, которые, как кажется спикеру, очевидны. В «Заметках адвоката» тема может быть раскрыта не полностью, могут остаться вопросы по теме материала именно из-за этой причины.

Молодежный медиахолдинг «Есть talk!» реализует свою деятельность на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Тольяттинский государственный университет», что дает возможность признать его университетским средством массовой информации.

Исходя из вышеизложенного факта, было принято решение поиска и анализа похожих материалов на площадках других университетских СМИ. Проанализировав площадки более 20 университетов России, не было найдено ни одного аналога. Правовое просвещение реализуется в материалах юридических университетов, но тексты не являются журналистскими. Этот факт доказывает уникальность авторской радиопрограммы на правовую тематику.

Для определения степени заинтересованности целевой аудитории в материалах на правовую тематику был проведен пилотный социологический опрос. Определяющей целью являлся интерес аудитории к материалам правовой тематики. Социологический опрос проводился на платформе Google «Формы» [31]. Опрос прошли 73 человека: из них 48 (65,8 %) женщин и 25 (34,2 %) мужчин; 3 (4,1 %) человека в возрасте 16-18 лет; 56 (76,7 %) человек в возрасте 19-25 лет; 12 (16,4 %) человек в возрасте 26-45 лет; 2 (2,7 %) человека в возрасте старше 45 лет. Из результатов опроса можно сделать вывод, что большинство респондентов – молодежь. Именно она является основной целевой аудиторией Молодежного медиахолдинга «Есть talk!», поэтому исследование покажет ее заинтересованность в правовом просвещении.

Также, респонденты ответили на вопрос уровня их правовой грамотности: 10 (13,7 %) человек обозначили свой уровень нулевым; 50 (68,5 %) человек считают, что у них базовый уровень; 11 (15,1 %) обладают хорошим уровнем правовой грамотности; и всего 2 (2,7 %) человека считают, что отлично знают правовую базу. Из них всего 8 (11 %) человек имеют юридическое образование, а 65 (89 %) человека не обучались на юридическом факультете.

На вопрос «Хотели бы вы повысить свой уровень правовой грамотности?» 70 (95,9 %) человек ответили «да», а всего 3 (4,1 %) человека – «нет». Из них 67 (91,8 %) человек интересуются материалами на правовую тематику и всего 6 (8,2 %) человек не читают подобные журналистские работы.

Исходя из ответов респондентов, можно сделать вывод, что целевая аудитория Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» заинтересована в материалах на правовую тематику, чтобы повысить свой уровень правовой культуры. Этот факт подтверждает актуальность разработки авторской радиопрограммы и дает понять, что сайт talk-on.ru полностью подходит для ее размещения.

Также можно подтвердить статус радиопрограммы по критериям, которые предложили В.А. Гринфельд и Я.Ю. Никитенко, рассмотренный в первой главе выпускной квалификационной работы [11, с. 129]. Подробное описание восьми пунктов:

- сфера информационного влияния. Различное направление тем, которых касаются ведущие;

- целевая аудитория. Обычно для всех радиостанций определяется похожим образом. PR-отделы станций описывают свой сегмент, учитывая престиж и интересы рекламодателей. Однако у сотрудников радиостанций, слушателей и медиакритиков также есть представление о слушателях в скрытом виде;

– время выхода в эфир и периодичность. Этот критерий оценивает эффективность программирования радиостанции. Путем изменения графика передач и перемещения программы в эфире продюсеры могут либо привлечь, либо потерять ее, что существенно влияет на успех авторской передачи;

– уровень интерактивности. Современное радиовещание сосредоточено на диалоге с аудиторией. Создатели контента стремятся не только предоставить информацию слушателям, но и вовлечь их в процесс создания контента;

– ведущие (типы ведущих). Оценка работы ведущего в авторской программе имеет важное значение для критиков, так как именно ведущие определяют успех или неудачу передачи;

– иерархические отношения между ведущими. В настоящее время существует несколько форматов ведения авторских программ: главный ведущий и его помощник, смена ведущих в эфире, работа двух ведущих и ведущий с гостем. В любом случае сотрудничество между ведущими должно быть гармоничным, иначе программа может потерять целостность;

– формат программы. Формат радиопередачи – сложное понятие, которое объединяет множество факторов как в эфире, так и за его пределами. Для конкретной программы формат можно определить, как единство информационной, имиджевой, музыкальной и технологической составляющих;

– стиль программы. Радио и телевидение играют важную роль в формировании общей картины мира и языковой культуры. Сегодня ведущим предъявляются высокие требования к литературности их речи в эфире, а также к правильности и грамотности их последовательности произношения.

Для удобства формальной оценки предложенные восемь направлений можно разделить на несколько модулей: концепция программы, которая необходима для анализа авторских материалов; оформление программы и работа ведущего. Они содержат в себе универсальные критерии авторской радиопрограммы.

Концепция программы:

- актуальность темы: оценивается значимость темы, своевременность и интерес аудитории. «Диапазоны «значимая, своевременная, резонансная» оцениваются в 3 балла; «значимая и своевременная» — 2 балла; «не вполне значимая и своевременная» - 1 балл; «малоактуальная» - 0 баллов» [11, с. 129];
- оригинальность программы. Учитывается ориентация концепции на использование стандартных или творческих приемов. ««полностью оригинальное решение» - 3 балла; «не вполне оригинальное решение» - 2-1 балл; «неоригинальное решение» - 0 баллов» [11, с. 130];
- соответствие формату радиостанции. Определяется степень соответствия темы формату радиостанции. ««полное соответствие» - 3 балла; «неполное, требуются корректировки» - 2-1 балл; «полное несоответствие» - 0 баллов» [11, с. 130].

Выпуск программы:

- качественный звук: оценивается ««чистота звуковых дорожек, качественное звучание голоса, отсутствие «прыжков» при смене звуковых дорожек, соединение с помощью естественного звука, чистый уровень записи звука на протяжении всей программы» - 5 баллов; «чистота звуковых дорожек, качественное звучание голоса, отсутствие «прыжков» при смене звуковых дорожек, соединение с помощью естественного звука» - 4 балла; «качественное звучание голоса, соединение с помощью естественного звука» - 3-2 балла»; «качественное звучание голоса» - 1 балл» [11, с. 130];
- оригинальный подход в использовании шумов и музыки: учитывается использование музыкальных подложек и шумов, а именно ««использование джинглов и естественных шумов» - 3 балла; «использование джингла только в начале программы» - 2-1 балл; «неиспользование музыки и шумов» - 0 баллов» [11, с. 130];
- приковывающее внимание начало: заставки, отбивки и другие звуковые эффекты. ««применение всех элементов» - 3 балла; «применение

заставки и отбивки» - 2 балла, «применение только заставки» - 1балл; «неприменение звуковых эффектов» - 0 баллов» [11, с. 130].

Оценка работы ведущего программы радиостанции включает несколько ключевых критериев:

– речь ведущего. Оценка включает анализ речи ведущего, соответствие разговорному или литературному стилю, а также убедительность его высказываний и выводов: ««соответствие регистру, доказательность утверждений» - 5 баллов, «неполное соответствие регистру, но доказательность утверждений» - 4 балла, «неполное соответствие регистру, отсутствует доказательность» - 3-2 балла, «несоответствие регистру, частичная доказательность» - 1 балл; «несоответствие регистру, отсутствие доказательности» - 0 баллов» [11, с. 130];

– драматургия передачи. Учитывается вовлеченность ведущего, создание драматургии. ««полное погружение» - 4 балла, «неполное погружение» - 3-2 балла; отсутствие драматургии» - 1-0 баллов» [11, с. 130];

– артистизм. Талант ведущего менять настроение в эфире. ««обладание артистизмом» -3 балла, «неполное обладание» - 2-1 балл, «отсутствие артистизма» - 0 баллов» [11, с. 130];

– чувство юмора. Уместное использование юмора в передаче. ««умелое использование» — 3 балла, «частичное использование» - 2-1 балл, «отсутствие юмора» - 0 баллов» [11, с. 130];

– коммуникабельность. Оценивается способность ведущего общаться с экспертами и аудиторией, а также его вербальная реакция в различных ситуациях. ««коммуникабельный, мгновенная вербальная реакция» - 5 баллов, «коммуникабельный, но бывают промахи в реакции» - 4-3 балла, «не общается с аудиторией и экспертами, но обладает некой вербальной реакцией» - 2-1 балл, «не коммуникабелен, отсутствие реакции» - 0 баллов» [11, с. 130].

Методика оценки позволяет учитывать множество аспектов радиопередач, избегая субъективизма и устанавливая единые стандарты качества для медиапродуктов. Такой подход может быть полезен для

медиакритиков при анализе радиопрограмм и помочь радиостанциям обеспечить высокое качество контента.

Вышеизложенная информация позволяет перейти к формулированию концепции авторской радиопрограммы на правовую тематику для «Толк радио» сетевого издания talk-on.ru на базе Молодежного медиахолдинга «Есть talk!»:

- идея;
- миссия;
- уникальное название;
- актуальность темы и жанра;
- формат и стилистика;
- содержательность;
- достоверность;
- полезность;
- оригинальность;
- иллюстративность;
- периодичность;
- уникальное и качественное звуковое оформление;
- работа ведущего;
- соответствие целевой аудитории и формату радиостанции;
- интерактивность и обратная связь аудитории.

По результатам вышесказанного можно сделать вывод о том, что создание и реализация авторской радиопрограммы целесообразно.

2.2 Анализ цикла авторских радиопрограмм, вышедших в рамках проекта «Живой разговор»

В рамках проекта «Живой разговор» на «Толк радио» вышло четыре авторских программы на правовую тематику в жанре интервью. Они были размещены на сетевом ресурсе talk-on.ru и в группах социальной сети

«ВКонтакте», которые принадлежат Молодежному медиахолдингу «Есть talk!», с февраля по май 2024 года.

Идея авторской радиопрограммы. Создание просветительского цикла материалов на правовую тематику для повышения правовой культуры аудитории.

Миссия авторской радиопрограммы. Миссия авторской радиопрограммы заключается в бесплатном правовом просвещении аудитории, повышении ее правовой культуры. Также необходимо повысить осведомленность людей о возможности получения защиты в различных ситуациях вне зависимости от того, пострадали они или оказались виновны.

Авторская радиопрограмма на правовую тематику не имеет собственного названия и реализуется в рамках рубрики «Живой разговор» на «Толк радио».

Тематика и жанр. Цикл материалов сосредоточен на правовой тематике. Информация подается в популярном на сегодняшний день жанре – интервью.

Формат и стилистика. Материалы авторской радиопрограммы имеет несколько форматов подачи информации: текстовый, звуковой и иллюстративный. Это помогает аудитории легче воспринимать и усваивать информацию, а также употреблять ее удобным для слушателя или читателя виде. Каждый материал имеет общую стилистику. Публикации объединены не только темой, но и оформлением на сайте, подходом автора и единой концепцией.

Содержательность и достоверность. В качестве эксперта был выбран действующий адвокат, старший преподаватель института права Тольяттинского госуниверситета Артем Дулгер. Этот факт подтверждает достоверность информации. В материалах разбиралась теоретическая часть для введения в тему, различные нюансы, особенности и возможные проблемы и последствия, а также практическая часть на примере кейсов и дел из личной практики эксперта.

Первый вышедший материал получил название «"Не только выгода, но и последствия"». Адвокат Артем Дулгер о возможных проблемах самозанятых» [1]. В выпуске спикер рассказывает о том, что в настоящее время работодатели все чаще предлагают трудоустроиться не по трудовому договору, а через оформление сотрудником статуса самозанятого. На первый взгляд все официально и по закону, но за этим безобидным, казалось бы, действием, скрываются серьезные последствия: «Как правило, выгода для самозанятых преподносится с точки зрения налоговой экономии. В случае заключения трудового договора с дохода сотрудника будет удержан НДФЛ в размере 13 %, а в случае самозанятости – лишь 4 % или 6 % (это если мы говорим о юридических лицах, которыми, как правило, и являются работодатели). Разница очевидна. Но мы с вами говорим не только о выгоде, но и о последствиях. Работодатель не платит за самозанятых страховые взносы на медицинское и пенсионное страхование, соответственно, такой работник не вправе рассчитывать на пенсию по достижении пенсионного возраста. Конечно, за исключением той минимальной, которая гарантирована законом.

Также работодатели экономят на оплате, так как самозанятость предполагает результат работы и не имеет оклада, как в трудовом договоре и, самое главное, уклоняются от оплаты налогов государству за сотрудника, так как самозанятый платит за себя сам и в меньшей доле процентов: «Основная проблема связана с тем, что работодатель за свой счёт (по сути, из своего кармана) обязан обеспечить медицинское и пенсионное страхование работника. К примеру, при заработной плате в десять тысяч рублей, с которой удерживается НДФЛ (подходный налог) в размере 13 % (то есть на руки работник получает восемь тысяч семьсот рублей), работодатель должен из своего кармана заплатить в бюджет порядка трёх с половиной тысяч рублей. Соответственно, при больших окладах и множестве сотрудников сумма финансовых потерь для работодателя может оказаться действительно существенной. Поэтому к такому механизму (когда соискателю предлагают зарегистрироваться в качестве самозанятого) и прибегают в большинстве

случаев, чтобы подменить трудовые отношения гражданско-правовыми через заключение гражданского договора с самозанятым. Также работодатель «приобретает» исполнителя, у которого нет отпуска и больничных, поскольку в этом случае (при самозанятости) важен не процесс, а результат труда. А самозанятый без результата труда не получает оплату. На этом работодателю и удаётся сэкономить» [1].

В данном материале Артем Дулгер разъясняет, кем можно трудоустроиться через статус самозанятого, а какая профессия не подойдет. Также раскрывается тема того, как обезопасить себя в статусе самозанятого.

Следующий опубликованный материал был на тему оскорбления личности. На сегодняшний день часто можно встретить, как люди в словесной перепалке переходят личные границы и выражаются в негативном контексте по отношению к своему собеседнику. У молодежи подобное поведение в социальных сетях особенно распространено. Мало кто знает, что даже за почти безобидное ругательство можно оказаться в суде. Артем Дулгер рассказал о том, каковы последствия, о возможности сатисфакции и моральном ущербе, о сроке давности для привлечения к ответственности и, что еще важно, как собирать доказательную базу и какие доказательства, помимо очевидных скриншотов, аудио- и видеозаписей, могут довести от оскорбления до статьи: «Такие виды доказательств являются основными способами доказывания фактов оскорбления, но таковыми могут стать также свидетельские показания. Помимо фиксации факта оскорбления, необходимо зафиксировать саму суть. Иными словами, требуется привлечение специалиста. Как правило, это эксперт-лингвист, который раскроет содержание выражения: является ли оно оскорблением, относится ли оно к категории нецензурных выражений, может ли оно нарушить честь, достоинство, деловую репутацию» [3].

Артем Дулгер рассказал о теме на конкретном деле об оскорблении в социальной сети «ВКонтакте», которое было в его практике и чем оно закончилось: «Их спор закончился мировым соглашением, между собой они договорились. Другая сторона извинилась за своё сообщение, написала в

социальной сети опровержение, то есть не только лично извинился, но и публично. На этом они спор закрыли» [32]. В завершении диалога адвокат раскрыл один из самых главных вопросов обсуждаемой темы, а конкретно, как же отличить оскорбление от обычного высказывания.

Третий материал затронул актуальную для молодежи тему – раздел имущества людей, не состоящих в официальном браке. Он получил название «Ничего общего. Адвокат Артём Дулгер – об особенностях раздела имущества бывших сожителей». Частое явление, когда пара живет вместе, но через время влюбленные решают закончить отношения. За период совместного проживания могла покупаться техника, мебель и другие дорогостоящие товары. Спикер рассказал о трудностях деления подобного имущества: «В настоящее время нормативно-правовых актов для раздела имущества после расставания сожителей не существует. Этот пробел восполняется, как правило, судебной практикой и позициями Верховного суда» [29].

Но такие дела ведутся, поэтому адвокат рассказал о том, какие доказательства предоставляют в суде, чтобы забрать свое или подаренное, например, родителями одного из партнеров. Также затрагивается тема того, как избежать суда и заранее оформить личное имущество так, чтобы после завершения отношений не было разбирательств: «Самый надёжный способ – заключать договор дарения с родителями, причём делать это я рекомендую своевременно. На практике бывает так: родители дарят своим детям какое-то имущество. Дети находятся в сожительстве, дар родителей никак не оформляется. Спустя годы возникает спор. И чтобы доказать, что это имущество принадлежит, скажем, нашему ребёнку, мы начинаем сочинять какие-либо документы, договоры и так далее. Но всё это легко опровергнуть через заявление о фальсификации документов (а это не что иное, как фальсификация). Либо проведением почерковедческой экспертизы. Поэтому я рекомендую оформлять документы непосредственно в момент, когда какое-либо имущество или деньги дарятся» [29].

Одной из ключевых тем интервью стали подарки партнеров. Артем Дулгер рассказал о том, какова вероятность выиграть такое дело; как подтвердить, что вещь была подарена и закрепил информацию примером из личной практики: «У меня было дело о защите женщины, которая встречалась с женатым человеком. Он подарил ей телефон, но после расставания решил вернуть телефон себе. Всё это сопровождалось многочисленными обращениями в правоохранительные органы: между мужчиной и женщиной был серьёзный конфликт. В итоге мы встретились в суде по его иску о взыскании неосновательного обогащения. Свой иск мужчина мотивировал тем, что он якобы дал телефон женщине во временное пользование, не в подарок. И поскольку он передал этот телефон без какого-либо основания (он не заключал с женщиной договор дарения или договор купли-продажи), мужчина посчитал, что это как раз и есть неосновательное обогащение, и потребовал вернуть стоимость телефона себе» [29].

Заключительной темой авторской радиопрограммы стали трудовые отношения. В материале «Как получить от работы максимум. Мнение адвоката Артема Дулгера» затрагиваются проблемы официального, неофициального трудоустройства, а также работе по договору гражданско-правового характера [2].

Эксперт объяснил, что, даже не подписывая официальный договор, при трудностях, например, с оплатой труда, можно выдвигать претензии: «В практике существует такое понятие, как фактический допуск к трудовым обязанностям и их исполнению. Даже в отсутствие подписанного трудового договора, при определённых условиях, можно говорить, что между сторонами сложились трудовые правоотношения. Поэтому, да, претензии предъявлять можно. В том числе и связанные с невыплатой денег, зарплатой, больничных, отпусков и так далее» [2].

Также были затронуты доказательства нарушения трудовых отношений, их расторжение, виды договоров, при трудоустройстве, их особенностях и условиях. Артем Дулгер отметил пункты, на которые стоит обращать

особенное внимание: «В первую очередь – должность, на которую принимается работник. Также должностная инструкция, оклад и премиальная часть. Важно, чтобы в трудовом договоре было чёткое условие, что помимо оклада выплачивается премия в процентном соотношении или фиксированной сумме...» [2].

По вопросам к договору гражданско-правового характера у адвоката был пример из практики, который затронул все его аспекты. Студенты работали на стройке, но так и не получили должной оплаты: «Подрядчик нанял несколько человек для выполнения работ и только с одним из них заключил трудовой договор. По факту, спустя два месяца работы, парень получил только одну частичную оплату, а в оставшейся сумме ему было отказано. Требовали привлечь к административной ответственности... суд сделал вывод, что трудовых отношений между сторонами нет, и в иске отказал» [2].

Полезность. Информация несет просветительский характер. Аудитория узнает новое и повышает свой уровень правовой грамотности.

Для аудитории авторская программа на правовую тематику будет выполнять следующие функции:

- информационная. Программа будет сообщать аудитории новые факты, которые будут полезны в понимании предмета;
- культурно-образовательная. Аудитория будет получать новые знания не только на правовую тематику, но и на бытовую. С различными проблемами, из которых может помочь правовая грамотность, человек сталкивается в обычной жизни. Данный факт влечет за собой познавательную деятельность;
- просветительская. Вовлечение аудитории будет происходить вне зависимости от распространения информации в СМИ. Примером может послужить взаимодействие целевой аудитории с потенциальной.
- имиджевая. Дополняет вышеуказанные функции. Эта функция формирует у аудитории определенное отношение к праву и ситуациям, в которых нарушаются их права, а также к Тольяттинскому государственному

университету, который помогает разрешать их проблемы, путем правового просвещения и улучшения знаний.

Решение вышеизложенных задач возможно только в познавательном процессе, который реализуется благодаря циклу радиоматериалов на правовую тематику.

Оригинальность авторской радиопрограммы на правовую тематику заключается в том, что в основу содержания взят разбор кейсов, которые могут случиться с любым человеком. Также разбирались дела на соответствующую тему из частной практики эксперта.

Для иллюстрации материалов была организована фотосессия адвоката. Помимо личных фото эксперта подбирались картинки из интернета, использовалась генерация нейросетью по запросу.

Периодичность. У авторской радиопрограммы на правовую тематику отсутствовала определенная периодичность.

Уникальное и качественное звуковое оформление. В материалах авторской радиопрограммы присутствовала начальная и завершающая заставка рубрики «Живой разговор». Также местами замечены скачки звука.

Работа ведущего. Речь – уверенная, грамотная; вовлеченность – полная; подготовленность – хорошая; коммуникабельность – хорошая.

Соответствие целевой аудитории. Аудитория цикла материалов на правовую тематику совпадает с аудиторией сетевого издания talk-on.ru Молодежного медиахолдинга «Есть talk!»: читатели и слушатели в возрасте 18-45 лет, которые заинтересованы в повышении правовой культуры.

Интерактивность и обратная связь аудитории. Во время записи отсутствовало интерактивное общение с аудиторией. Обратная связь проявлялась в репостах записей из социальной сети: «ВКонтакте».

Журналистские работы показали востребованность у аудитории материалов на правовую тематику. Это подтвердила статистика просмотров на сетевом ресурсе talk-on.ru и в группах социальной сети «ВКонтакте». Также нельзя не отметить большое количество репостов записей с ссылками на

материалы в социальной сети по сравнению с другими публикациями в группе, данные представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Статистика просмотров авторских материалов

Материал	Просмотры на сайте	Просмотры в группах
«Не только выгода, но и последствия». Адвокат Артём Дулгер – о возможных проблемах самозанятых	2222	1016
Адвокат Артём Дулгер: «Есть разница в выражениях „Он подлец“ и „Я считаю, что он подлец“»	1778	7088 (34 репоста)
Ничего общего. Адвокат Артём Дулгер – об особенностях раздела имущества бывших сожителей	1340	1723 (20 репостов)
Как получить от работы максимум. Мнение адвоката Артема Дулгер	226	4209 (27 репостов)

Анализ авторской радиопрограммы по критериям концепции, разработанной в предыдущей главе, позволил сделать следующие выводы, представленные в таблице 2:

Таблица 2 – Результаты анализа авторской программы по критериям исследователей

Критерий	Реализация
Идея	соответствует
Миссия	выполняется
Уникальное название	отсутствует
Актуальность темы и жанра	соответствует
Формат и стилистика	соответствует
Содержательность	хорошо
Достоверность	соответствует
Полезность	отлично
Оригинальность	хорошо
Иллюстративность	хорошо
Периодичность	отсутствует
Уникальное и качественное звуковое оформление	средне
Работа ведущего	хорошо
Соответствие целевой аудитории и формату радиостанции	соответствует
Интерактивность и обратная связь аудитории	средне

После полного разбора цикла материалов на правовую тематику, нужно провести сравнительный анализ результатов собственной концепции авторской радиопрограммы по критериям с результатами по критериям методики В.А. Гринфельда и Я.Ю. Никитенко [11]. Для сравнения была составлена таблица 3 с оценками характеристик исследователей:

Таблица 3 – Результаты анализа авторской программы по критериям разработанной концепции

Концепция	Баллы
Актуальность темы	3
Оригинальность программы	2
Соответствие программы формату радиостанции	3
Итого:	9
Выпуск программы	Баллы
Качественный звук	4
Оригинальный подход в использовании шумов и музыки	1
Приковывающее внимание начало	1
Итого:	6
Ведущий	Баллы
Роль ведущего	4
Драматургия передачи	2
Артистизм	2
Чувство юмора	2
Коммуникабельность	4
Итого:	14
Всего баллов:	29

Всего по методике В.А. Гринфельда и Я.Ю. Никитенко возможно набрать 40 баллов. Авторская радиопрограмма на правовую тематику в рамках выпускной квалификационной работы набрала 29 баллов. По данной методике оценки не хватило оригинальности содержания, звукового качества и оформления, и более профессиональной работы ведущего. Больше всего баллов потеряно из-за ведущего. Не было эмоциональных приемов, не хватило реакции ведущего и общения, которые удерживают слушателя.

Сравнив анализы, можно сделать вывод, что результаты похожи, но по результатам собственного анализа концепции было выявлено больше недостатков. Для отличной оценки программы не хватило: уникального названия, так как программа выходила под рубрикой «Живой разговор»; содержания: определенные особенности темы можно было раскрыть глубже, а некоторые сократить; оригинальности: единственным ее проявлением был разбор выдуманных кейсов и реальных дел; иллюстративности: фото и картинки дополняли текст, но не несли за собой смысла; периодичность выпуска отсутствовала; звукового качества и оформления: отсутствовала индивидуальная заставка, отбивки и периодически происходили скачки звука; профессиональной работы ведущего: мало присутствия в записи; интерактивность и обратная связь: интерактивности не было, а обратной связи было не так много. По данной методике оценки больше всего баллов потеряно именно из-за ведущего. Не было эмоциональных приемов, для повышенного интереса у аудитории, не хватило немного реакции ведущего и более простого общения с экспертом, которые удерживают слушателя.

По итогам второй главы, удалось разработать собственную концепцию авторской радиопрограммы и выявить недочеты проведенной работы. Подтверждено, что ее аудитория совпадает с аудиторией площадки размещения материалов. Темы для материалов были подобраны по вопросам, которые могут быть актуальны для молодежи. Также была подтверждена уникальность и потребность авторской радиопрограммы на правовую тематику. На университетских средствах массовой информации не было найдено ни одного аналога журналистской работы.

Заключение

Одно из главных достижений российского радиовещания стало укрепление личностного компонента и рождение авторских радиопрограмм. Сегодняшнее поколение постоянно ищет новый контент и креативный подход к получению информации. Развитие развлекательного формата на радиостанциях способствовало широкой популярности авторских программ.

Важные составляющие будущего медиапродукта, которые составляют структуру эфира и благодаря которым авторская программа узнается слушателями радиостанции:

- целевая аудитория;
- тематика;
- актуальность;
- уникальность;
- содержательность;
- полезность;
- способности журналиста;
- качество звука.

Учитывая все важные критерии, была разработана концепция авторской радиопрограммы на правовую тематику, которая актуальна для целевой аудитории. Учитывая все ее составляющие, было выпущено четыре материала для «Толк радио» сетевого издания talk-on.ru Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» в рамках рубрики «Живой разговор». Радиопрограммы основывались на актуальных для молодежи тематиках: оскорбление личности (популярно в социальных сетях), деление имущества сожителей (пары, состоящие в неофициальном браке), самозанятость (популярный вид трудоустройства), трудовые отношения (проблемы с работодателем).

Опубликованный цикл материалов по отношению к аудитории выполняет информационную, культурно-образовательную,

пропагандистскую и имиджевую функции. Чтобы реализовать их, были решены следующие задачи:

- аудитория Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» была проинформирована о проблеме уровня правовой культуры путем приведения примеров из жизни, которые решались через суд;
- сформировать потребность у аудитории в получении новых правовых знаний;
- показать проблемные ситуации обычных людей, которые возникли из-за незнания определенных правовых аспектов;
- распространить новые правовые знания и обеспечить их легкое усвоение аудиторией;
- сформировать положительное отношение аудитории к новым знаниям на правовую тематику.

Все материалы авторской радиопрограммы имеют единую структуру и несколько форматов употребления, сопровождаются иллюстрациями, а также несут полезную информацию от эксперта, действующего адвоката, которая может пригодиться целевой аудитории.

Анализ университетских средств массовой информации подтвердил, что аналогов авторской радиопрограммы на правовую тематику не существует, поэтому она может считаться уникальной.

После выпуска материалов материалы были проанализированы на соответствие статусу авторской радиопрограммы. Были выявлены ее недостатки и недоработки.

Цель бакалаврской работы, а именно создание и реализация концепции авторской радиопрограммы на правовую тематику для «Толк радио» редакции Молодежного медиахолдинга Тольяттинского государственного университета «Есть talk!», была достигнута. Все поставленные задачи были решены.

Список используемой литературы и используемых источников

1. «Не только выгода, но и последствия». Адвокат Артём Дулгер – о возможных проблемах самозанятых [Электронный ресурс] // «Есть talk!». 2024. 20 февраля. URL: https://talk-on.ru/materials/tolk-radio/Ne_tolko_vygoda_no_i_posledstviya_Advokat_Artyem_Dulger_o_vozmozhnykh_problemax_samozanyatykh_stud/
2. Адвокат Артём Дулгер: «Для трудовых отношений важен процесс, а для гражданско-правовых – результат» [Электронный ресурс] // «Есть talk!». 2024. 4 июня. URL: https://talk-on.ru/materials/tolk-radio/Advokat_Artyem_Dulger_Dlya_trudovykh_otnosheniy_vazhen_protsses_a_dlya_grazhdanskopravovykh_rezulta/
3. Адвокат Артём Дулгер: «Есть разница в выражениях „Он подлец“ и „Я считаю, что он подлец“» [Электронный ресурс] // «Есть talk!». 2024. 9 апреля. URL: https://talk-on.ru/materials/tolk-radio/Advokat_Artyem_Dulger_Est_raznitsa_v_vyrazheniyakh_On_podlets_i_YA_schitayu_chto_on_podlets/
4. Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий. Иркутск: Иркутский университет. 1985. 96 с.
5. Анненкова И. В. Медиадискурс XXI века: Лингвофилософский аспект языка СМИ /Москва. Издательство Московского университета. 2011. 391 с.
6. Бабаева Ф. Б. Роль средств массовой информации в правовом просвещении граждан // Вестник Педагогического университета. 2014. № 4 (59). С. 325-328.
7. Барыкина М. В. Взаимодействие органов прокуратуры с Уполномоченным по правам человека в рамках правового просвещения и правовой пропаганды // Экономика и право. 2013. № 1. С. 58.
8. Большой академический словарь русского языка // Санкт-Петербург: Наука. 2012. 237 с.

9. Бондаренко С. О. Правовая культура как фактор становления демократического государства в современной России. Саратов. 2006. 160 с.
10. Вылегжанина У., Ниточкина А. Фемида за партой // Российская газета. № 4828. 2009.
11. Гринфельд (Соболь) В. А, Никитенко Я. Ю. Авторская программа на радио: разработка универсальных критериев оценки качества аудиоконтента // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. №2 (32). 125-133 с..05.20
12. Гришнова Е. Е. Правовая культура в политическом пространстве современной России. Москва: Институт инновационных технологий. 2005. 155 с.
13. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. Москва: Прогресс. 1994. 3600 с.
14. Доценко А. С. О понятии правового просвещения // Актуальные проблемы российского права. 2020. № 1. С. 179-188
15. Егошкина В. А. Формат радиостанций и форматообразующие признаки радиопрограмм // Коммуникативные исследования. 2017. №2 (12). 61-68 с.
16. Егошкина В. А. Формат радиостанций и форматообразующие признаки радиопрограмм // Коммуникативные исследования. 2017. №2 (12). С. 62-68.
17. Иванников И. А. Теория государства и права // Учебное пособие. Иркутск. 2016. 620 с.
18. Исторические трансформации правосознания в пространстве различных традиций права (памяти профессора В. М. Курицына) // Сборник научных трудов. Москва. 2023. 326 с.
19. Каширин В. Е. Наука в мире масс-медиа // Сборник статей участников III Межвузовской научно-практической конференции магистрантов и аспирантов. 2022. С. 131

20. Климашина Н. Авторская программа на радио: концепция создания // Актуальные проблемы журналистики. 2019. С. 105-108.
21. Ключев Ю. В. Радиожурналистика: основы профессии : учебное пособие. Санкт-Петербург. 2015. 153 с.
22. Коломиец Е. Ю. Журналистика в сфере культуры: вызовы XXI века // Вестник московского государственного университета культуры и искусств. 2012. №3 (47). С. 76-81
23. Коновченко С. В. Общество – средства массовой информации – власть. Ростов-на-Дону. 2001. С. 7.
24. Мартынкина Д. Ю. СМИ как субъект и инструмент правового просвещения населения // Медиаскоп. 2011. № 1. С. 1-11
25. Медиапотребление 2023 [Электронный ресурс] // Mediascope. URL: https://vk.com/doc22155491_678275667?hash=qchz2NalyExrBDX0GvETUwjPJX3SC4IA7NBaWHUoJuw&dl=KxWpOwZQjxcuHT7Mue09riecA40g98jfdOZYlAX3jH (дата обращения: 21.05.2024)
26. Миронов О. О. Правовое просвещение – функция омбудсманов // Право и образование. 2009. № 5. С. 15.
27. Могилатова М. В. Актуальные проблемы журналистики: сборник трудов молодых ученых. Томск: Учебно-экспериментальное издательство Факультета журналистики ТГУ. 2019. 169 с.
28. Нестерова Н. Г. Современный радиодискурс коммуникативно-прагматический аспект. Томск. Издательство Томского университета. 2015. 320 с.
29. Ничего общего. Адвокат Артём Дулгер – об особенностях раздела имущества бывших сожителей [Электронный ресурс] // «Есть talk!». 2024. 3 мая. URL: https://talk-on.ru/materials/tolk-radio/Nichego_obshchego_Advokat_Artyem_Dulger__ob_osobennostyakh_razdela_imushchestva_byvshikh_sozhiteley/
30. Об утверждении перечня социально значимых заболеваний и перечня заболеваний, представляющих опасность для окружающих

[Электронный ресурс] Постановление Правительства РФ от 01.12.2004 г. № 715.

URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_50559/d9298c9ea6e3b00db7f4ccc8383d98e3589f5684/ (дата обращения: 21.05.2024)

31. Опрос [Электронный ресурс] // Google Формы [Офиц. сайт]. URL: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeoJteviNxgB6y3FO2D00qSuA9vhzkzCUT00RWzQ_ySyaVCsg/alreadyresponded (дата обращения: 21.05.2024)

32. Основы государственной политики Российской Федерации в сфере развития правовой грамотности и правосознания граждан). [Электронный ресурс] // Федеральный закон от 28.04.2011. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_113761/ (дата обращения: 21.05.2024)

33. Панова М. А. Фотиева И. В. Авторские программы на современном радио // Медиаисследования. 2021. № 8. С. 64-72.

34. Певцова Е. А., Соколов Н. Я. Правовое просвещение в России: состояние и проблемы. Москва: Канцлер. 2013. 240 с.

35. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. Москва: Аспект Пресс. 2012. 351 с.

36. Пьячева П. Ю. Средства массовой информации как инструмент правового просвещения населения // Исторические трансформации правосознания в пространстве различных традиций права. 2023. С. 296-298.

37. Радиожурналистика: учебник для высших учебных заведений. Москва: Московский государственный университет. 2000. 478 с.

38. Раскатова Е. Р. «Формат» в радиовещании как термин и как понятие // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2003. №5-6 (40-41). С. 22-28.

39. Рыбаков О. Ю. Формы реализации правовой политики // Правовая политика и правовая жизнь. 2003. № 2. С. 14.

40. Сафронова О. В. К вопросу о правовой культуре современного журналиста С. 182

41. Сиротин А. С. Уважение к закону: проблемы теории и практики его формирования в России // Ежегодник истории права и правоведения. 2000. 203 с.
42. Смирнов В. В. Природа и язык радиокommunikации. Учебное пособие. Москва: Флинта. 2019. 304 с.
43. Смирнов В. В. Жанры радиожурналистики. Москва: Аспект Пресс. 2002. 288 с.
44. Смирнов В. В. Природа и язык радиокommunikации: учебное пособие. Москва: ФЛИНТА. 2014. 304 с.
45. Сухарева В. А. Что такое "формат"? Или искусство массовой кулинарии // Вестник Московского университета. 2010. №10. 70-78 с.
46. Устав редакции средства массовой информации сетевого издания «Молодежный медиахолдинг «Есть talk!» [Электронный ресурс]: talk-on.ru. URL: https://talk-on.ru/about/Ustav_SI_Est_talk_33_09_2021.pdf (дата обращения 21.05.2024)
47. Шерель А. А. Аудиокультура XX века. История, эстетические закономерности, особенности влияния на аудиторию. Москва: Litres. 2017. 167 с.
48. Шерель А. А. Радиожурналистика: учебник для высших учебных заведений. Москва: Московский государственный университет. 2000. 267 с.