

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Педагогический институт
имени В. Г. Белинского
Историко-филологический
факультет

Кафедра «Журналистика»

Направление подготовки

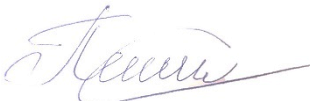
42.03.02 «Журналистика»

Форма обучения: заочная

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему:

«Социальные темы в программах "Радио России"»

Студент  Петрякова Яна Владимировна

Руководитель  канд. филол. наук, доцент Шиблева Н.А.

Нормоконтролёр  канд. пед. наук, доцент Стрыгина Т.В.

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от 25.05.2020 г. №9)

Заведующий кафедрой  д-р филол. наук, доцент Рева Е.К.

Работа защищена с отметкой _____ (протокол заседания ГЭК
от _____ № _____)

Секретарь ГЭК  канд. филол. наук, ст. преподаватель Зуева Г.С.

Пенза, 2020

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Основные вопросы социальной журналистики как основа работы.....	6
§ 1. Социальная журналистика и её основные понятия.....	6
§ 2. Роль и задачи социальной журналистики.....	15
§ 3. Выбор и разработка социальных тем.....	20
§ 4. Виды социальных тем.....	24
§ 5. Радио как СМИ, его социальные функции.....	25
Выводы по первой главе	36
Глава 2. Освещение социальных тем на «Радио России».....	38
§ 1 Типологическая характеристика «Радио России» и его история.....	38
§ 2. Социальные программы «Радио России».....	44
§ 3. Виды социальных тем, средства и формы их воплощения в программах «Радио России»	53
Выводы по второй главе.....	68
Заключение.....	69
Список используемой литературы.....	72
Интернет источники.....	74

Введение

Выпускная квалификационная работа посвящена изучению социальных тем в программах «Радио России».

Актуальность работы. Радио в наши дни является одним из основных и общедоступных средств донесения информации до жителей какой-либо страны. «Радио России» же в свою очередь является одной из самых крупных и прослушиваемых радиостанций на территории России. Аудитория «Радио России» широкая и разнообразная и включает в себя все слои населения в силу своей доступности. На радиоволнах рассматриваемой нами радиостанции обсуждаются социальные темы, которые занимают особое место в жизни граждан нашей страны. Тематика, особенности подачи материала – это то, что способствует формированию общественного мнения, решению насущных проблем. Всё это обуславливает актуальность выбранной темы.

Объектом исследования являются различные формы вещания «Радио России».

Предметом исследования являются особенности воплощения социальных тем на «Радио России».

Материалом исследования послужили одиннадцать программ «Радио России» за 2018-2020 годы, в которых в большей степени отражаются социальные темы. В данной работе были отобраны 11 программ, в эфире которых основным материалом вещания выступили различные социальные темы.

Цель работы – выявить состав и особенности воплощения социальных тем на «Радио России».

Достижению данной цели способствует решение следующих **задач**:

- 1) изучение понятий «социальная тематика» и «социальная проблематика» в научной и справочной литературе
- 2) изучение литературы по вопросам теории, истории журналистики «Радио России»
- 3) предоставление типологической характеристики «Радио России»
- 4) анализ программ в вещании «Радио России»
- 5) определение социальной тематики и проблематики в эфире «Радио России»
- 6) рассмотрение актуальности социальных тем на «Радио России»
- 7) выявление жанровых, оформительских особенностей материалов, способствующих раскрытию социальных тем на «Радио России»
- 8) определить, укреплению и распространению каких ценностей способствует освещение социальных тем на «Радио России»

Теоретической основой исследования являются работы Зацепиной, И.А., Засурского Я.Н., Ким М.Н.

В исследовании используются следующие **методы**: комплексного и метод контент-анализа.

В качестве **гипотезы** выдвигается следующее положение: социальная тематика редко находит свое отражение в государственных СМИ, и на «Радио России» в частности.

Новизна работы обуславливается использованными материалами исследования и подробным рассмотрением и анализом всех тонкостей темы.

Теоретическая значимость состоит в раскрытии, определении и систематизации материала по теме социальных тем и их освещению в СМИ.

Практическая значимость заключается в том, что результаты исследования могут использоваться при изучении вузовских курсов по направлению “Журналистика”, а также для журналистов в качестве общей информации.

Структура работы. ВКР состоит из Введения, двух глав, Заключения, Списка литературы.

Глава 1. Основные вопросы социальной журналистики как основа работы

В данной главе рассматривается понятие социальной журналистики, социальная тематика и её освещение в журналистике.

§ 1. Социальная журналистика и её основные понятия

Понятие «социальная журналистика» как самостоятельный вид журналистики в нашей стране появился в достаточно позднее время в конце XX – начале XXI века. Тогда на первый план вышли проблемы человека, сменившие политику. Которая достаточно долго была главной темой СМИ. «Идея социальной, общественной журналистики, вытесненная экономическими и политическими реалиями нашего времени, сейчас выходит на первый план. Это связано с необходимостью стабилизации общества. Без полноценной социально ответственной журналистики невозможно организовать общественный диалог» [И.А. Зацепина 2015: 1].

Р.Г. Иванян отмечает: «Именно обращение к социальной проблематике привело к формированию в журналистике отдельного направления, «социальной журналистики. Формообразующими критериями ее являются: ориентация на специфические темы, расположение журналиста на стороне аудитории, статус «защитника» интересов «простых» граждан, особые личностные качества сотрудников СМИ» [Р.Г. Иванян 2007: 26].

Впервые данный термин встречается в работах Е.П. Прохорова, который рассматривает ее как аналитическое звено взаимоотношений социальных групп. Эксперты приходят к выводу, что социальная журналистика зародилась во время резкого социального расслоения населения России, криминализация общества, неконтролируемость миграционных процессов.

В своем учебнике профессор-исследователь И.М. Дзялошинский определяет социальную журналистику так: «Потребность придать журналистике новый смысл привела к формированию концепции социальной

журналистики. Обычно это понятие используют для обозначения той ветви журналистской деятельности, предметом которой являются социальные проблемы: положение в обществе различных — в основном социально уязвимых — социальных групп: пенсионеров, сирот, многодетных семей, переселенцев и др.; соблюдение прав человека; экономическое благосостояние граждан; здравоохранение; образование и т.д. Этот предмет настолько обширен и неконкретен, что при некотором усилии под категорию «социальная журналистика» можно подвести практически все, кроме разве что курсов акций и рейтингов политиков» [И.М. Дзялошинский 2019: 57]. На сегодняшний день в России социальная журналистика чаще понимается в узком смысле: как журналистика, основную тематику которой составляют наиболее острые социальные проблемы российского общества. «Социальная журналистика, отражая реальные противоречия повседневной жизни населения, формулирует их в виде социальных проблем, обращает на них внимание общественности, социальных институтов и таким образом вносит их в повестку дня. В этом ее важнейшая функция» [А.А. Бобров 2017: 71].

В своей научной статье «Социальная журналистика как организатор общественного диалога» И.А. Зацепина определяет социальную журналистику так: «Наиболее часто данное понятие используется для обозначения журналистской деятельности, предметом которой выступают социальные проблемы: жизнь незащищённых и экономически уязвимых социальных слоев (пенсионеров, сирот, многодетных семей, переселенцев и других), соблюдение прав человека, благосостояние граждан, здравоохранение, образование и т.д.» [И.А. Зацепина 2015: 1]. Понятие социальная журналистика обозначает особую сферу журналистской практики, имеющая явно выраженную предметную, технологическую, функциональную, организационную определенность, ориентированная на реализацию гуманистической миссии. Но как мы можем заметить, все определения, чем-то друг друга похожи и в тоже время не дают четкого определения социальной журналистики. М.А. Бережная в своем

учебном пособии это объясняет. «Социальные перемены в обществе не только расширили круг социальных тем: экология, безработица, миграционные процессы, права человека, но и заставили рассматривать их в совокупности с иными глубинными проблемами экономики, государственного устройства, политики. В результате стали очевидными сомнения по поводу абсолютной корректности устоявшегося в практике понятия «социальная журналистика». На сегодняшний день это понятие существует скорее как противовес журналистике коммерческих СМИ и более актуально в контексте сохранения социальных функций, чем в связи с освещением конкретных социальных тем, а потому сопряжено с понятиями «гражданская журналистика», «журналистика соучастия», «журналистика социального действия» [М.А. Бережная 2017: 24].

В профессиональном журналистском обиходе словосочетания «социальная проблема», «проблема социальной сферы», «социальная тема», «социалка» используются в одном синонимическом ряду. Но наполнены эти определения разными смыслами, поэтому дадим определение каждому:

1) «Социальные темы» – освещение событий и явлений, которые связаны с повседневной жизнью людей, но материалы на социальные темы не всегда являются проблемными. Примерами таких тем являются: репортажи со школьных выпускных балов, с научных конференций в ВУЗе, зарисовка о благоустройстве дорог и тротуаров, парков и т.п.;

2) профессионализм «социалка» охватывает практически все разнообразие материалов на социальные темы, независимо от их жанра;

3) «социальная проблема» имеет довольно широкий предметный охват – от состояния национальной экономики до количества детских площадок во дворах. Любая проблема может определяться как социальная, независимо от ее тематической принадлежности;

4) проблемы социальной сферы зачастую ошибочно относят к определенной отрасли экономики или к области общественных отношений. На самом деле функциональная роль социальной сферы в жизни общества

заключается в том, что в ее рамках происходят воспроизводство и изменения социальных связей между людьми, образа их жизнедеятельности, условий формирования и удовлетворения их потребностей.

Социальная проблематика – это спектр проблем общества, относящихся к сфере его самосохранения и выживания. Этот сегмент в СМИ может серьезно воздействовать на отношение социума к социальным проблемам. Важное здесь отметить, каким образом формируется такое отношение, и насколько будет соответствовать трактовка реальности. Главное требование к концептуальности социальной проблематики – полнота информации об обществе – до сих пор остается нереализованным, по мнению авторитетных специалистов: «Есть привычка искать новости в структурах власти, в учреждениях, у «компетентных» лиц. Живая жизнь пресс-служб часто остается вне профессионального внимания журналистов. Если мы хотим иметь эффективную социальную журналистику, от этой традиции придется отказываться» [Т.И. Фролова 2003: 61]. Социальная проблематика в СМИ представлена, прежде всего, тремя основными тематическими группами: 1. Особенности и условия жизни незащищенных слоев населения (детей-сирот, многодетных и неполных семей, пожилых людей, людей с ограниченными возможностями). 2. Факторы, определяющие качественный уровень жизни населения, среди которых проблемы в трудовой сфере, области здравоохранения, образования, экологии, жилищно-коммунального хозяйства и др. 3. Социальные болезни: наркомания, алкоголизм, ВИЧ и др.

Социальные темы не всегда полностью охватывают предметное содержание социальной проблематики, однако, именно в данной сфере находятся те характерные черты, определяющие социальность какого - либо журналистского произведения в отличие от других сфер. Примерами таких сфер можно считать: политическая сфера - производящей идеи; экономическая – финансы; производственная – материальные ценности; духовная – нравственные ценности.

Социальная сфера в свою очередь определяет все то, ради чего существуют те или иные идеи, материальные, духовные, нравственные ценности, т.е. именно в социальной сфере сосредоточены условия и механизмы самосохранения общества. Данная тематика как проблемный объект всегда формирует и актуализирует соответствующие подходы и профессиональные практики: заставляет рассматривать публикации с точки зрения их цели, в сопоставлении с социальными функциями СМИ и в единстве с функциональным вектором социальной сферы. «Являясь важнейшим объектом журналистской деятельности, социальная сфера с присущими ей характеристиками относительной самостоятельностью, целостностью, функциональностью, инерционностью и персонифицированностью формирует определенные условия и подходы к освещению социальной направленности в масс-медиа» [М. Гассен 2002: 21]. Социальная сфера выступает одним из объектов отражения в журналистике и обладает сложной структурой, которая при разложении ее в тематическом спектре обнаруживает неисчерпаемое множество фактов, явлений, проблем, сопряженных с иными сферами жизни. Проблема безработицы связана с политической и экономической сферами, а проблема малодетности – с общеевропейскими демографическими тенденциями; отношение к старости может рассматриваться в связи с экономическим положением пожилых людей или в русле новой культурологической модели общества. В связи с этим только тематический подход к отражению социальной сферы в журналистских «текстах» представляется весьма условным и формальным. Представление о социальной сфере как сфере удовлетворения потребностей, необходимых для социального воспроизводства, определяет ее вектор, целостность и взаимосвязанность элементов. Не следует отождествлять ее с тем или иным видом социального обеспечения, как это нередко происходит на практике. К примеру, выделение из ряда элементов нескольких, наиболее проблемных – жилье, здравоохранение, школьное образование, – позволяет свести проблемы функционирования сферы в целом к корректировке деятельности отдельных ее

составляющих. Обращаясь к проблемам социальной сферы, журналистика изучает противоречия между представлением о социальной действительности и реальностью, в условиях которой проходит человеческая жизнь, в попытках объяснить и разрешить это противоречие. Люди являются частью каждого из компонентов, поэтому человеческий фактор пронизывает социальную сферу, обращившись иногда решающим при оценке результатов ее функционирования. Проблемные темы занимают одну из главных ролей в социальных темах. В учебном пособии Н.Ф. Пономарева дается такое определение: «Социальные проблемы (социальные приоритеты) – 1) проблемы которые затрагивают интересы многих индивидов и/или многих социальных групп и рассматриваются органами власти, и/или СМИ, и/или большинством жителей данной административно-территориальной общности как самые важные 2) проблемы в социальной сфере» [Н.Ф. Пономарева 2008: 193].

Среди всех существующих в современном российском обществе проблем особое место занимают глобальные, охватывающие весь мир и все население земного шара. К их числу относятся экологические проблемы, проблемы войны и мира, терроризма и борьбы с ним, бедности, безработицы, голода, освоения всех видов ресурсов, перенаселения и т. д. Есть группы проблем, характерных только для отдельных частей света, стран и регионов.

В «Новой философской энциклопедии» проблема определяется как объективно возникающий в ходе развития познания вопрос или целостный комплекс вопросов, решение которых представляет существенный практический или теоретический интерес [В.С. Степин, А.А. Гусейнов и т.д 2000: 1915].

Под словом проблема понимается в теории, так и на практике два близких, но не равных понятий - проблемная ситуация и проблема. Проблемная ситуация предшествует проблеме так же, как предмет и процесс деятельности предвосхищают результат. Возникая из проблемной ситуации, проблема

перенимает ее характерные черты и особенности, но кроме этого развивает и совершенствует их.

Давая общее понятие «проблеме» - это «знание о незнании», знание о тех сторонах действительности, свойства и сущность которых на данный момент еще не известны, но их знание уже необходимы для достижения определенной цели. Определяем, что проблема – это сложная задача, требующая от себя разъяснения и изучения. В журналистском тексте проблема представляет собой, как настоящая картина действительности нашей жизни. В этой «картине» находятся реальные противоречия, показывающие данные факты, составляя общественно значимую сложность. Для логического выражения проблемы, служит вопрос. Например: почему это произошло? Кто виноват в том, что ситуация дошла до своего апогея? И так далее. Беря любую реальную жизненную ситуацию, можно определить разные темы, а уже на их основе поставить разные проблемы. Проблема показывает не один факт, а целую систему фактов, не одно отношение между предметами, а совокупность отношений. Сравнивая факт и проблему, последнее более сложное по своей содержательной структуре. Она создает множество фактов, идей и коллизий объединенных между собой. Качественным признаком публикации журналиста является актуальная и остро переживаемая читателями проблема. Она является главным признаком и свидетельством его профессионализма.

На сегодняшний день в журналистике достаточно широкий круг проблем. Бывает такое, что некоторые проблемы не могут быть решены традиционными методами. Здесь заслуга журналистов не только в решении, но и в том, что были поставлены эти важные проблемы.

В учебно-методическом пособии Ю.Н. Зарубина выделяет следующие социальные проблемы:

1. По источнику происхождения:

- обусловленные внутренними особенностями личности или группы;

- обусловленные политическими, культурными и экономическими отношениями, существующими в обществе;
- обусловленные явлениями случайного или закономерного характера, в том числе и природными и техногенным катастрофами.

2. По степени охвата:

- локальные, которые затрагивают жизнедеятельность (или её отдельные аспекты) индивида или социальной группы;
- институциональные, которые возникают на уровне социальных институтов;
- системные, которые требуют структурных преобразований общественной системы в целом;
- глобальные — проблемы, затрагивающие жизненные интересы всего человечества и требующие для своего решения согласованных международных действий в масштабах мирового сообщества.

3. По уровню, характеру и сфере отношений:

- политические;
- экономические;
- духовные и нравственные;
- проблемы социально-культурного поля;
- семейные и межличностные;
- религиозные и конфессиональные;
- профессиональные и т. д.

4. По времени существования:

- кратковременные;
- долговременные;
- ситуационные;
- вечные [Ю.Н. Зарубина 2018: 12].

Тема как характеристика журналистских текстов имеет характерный признак: существование конкретной ситуации, ведущей к значимой проблеме общества. Вся информация в журналистике делится на рубрики. И во всем

разнообразии СМИ они одинаковы - политика, социум, культура. Для журналиста отправной точкой для создания материала является определение темы. Само понятие в «Большом толковом словаре русского языка» описывается так: «То, что составляет основное содержание произведения, доклада, является предметом договора и т. п.». [Д.Н. Ушаков 2008: 671] Б.Р. Хозиев в своей научной статье дает такое понятие «Тема в СМИ - по сравнению с темой художественного произведения - более нормативна, прямо отвечает на социальный заказ. СМИ всегда оперативно освещают общественно-важные события, отражают коренные проблемы текущей жизни - экономику, политику и культуру». [Б.Р. Хозиев 2008: 23]

Социальность берет начало к функционированию прессы: получая информацию от общества, журналистика дает ему возможность получить информацию о самом себе. Понятия «социальное», «социальность» традиционно связываются в теории журналистики с понятиями социальной роли, социальной значимости, социальной ответственности, соотносятся с категорией гуманизма, несут в себе представление о ее позитивной, настоящей миссии. Отношения журналистики к социальной проблематике рассматривается с позиции реализации ее природных функций. Показ «обыкновенного человека», вовлеченного в общественную жизнь, становится важнейшим направлением гуманизации журналистики. «Среди тех, кто несет людям знания о социальной реальности, особое место занимают журналисты» [С.Г. Корконосенко 2004: 92]. В природе журналистики – интегративное познание действительности. Журналистика выступает как социальный институт и как общественная деятельность, опосредующая с помощью актуальной информации связь отдельных индивидов с совокупностью новых изменений в обществе, с динамикой окружающего мира. Она устанавливает темпы социальной жизни с ритмами индивидуального существования и, обеспечивая их параллелизм, синхронизацию и определенную интеграцию, выполняет

разнообразные функции ориентации индивидов в социум. Социальность журналистики выражается в ее связи с обществом как с единым организмом.

§ 2. Роль и задачи социальной журналистики

Журналистика связана с политической, экономической, социальной, духовной жизнью. С.Г. Корконосенко выделяет четыре социальные роли журналистики:

- производственно-экономическая;
- информационно-коммуникативную;
- регулирующую;
- духовно-идеологическую [С.Г. Корконосенко 1995:181-200].

«Если рассматривать журналистику как массово-информационную и производственную деятельность, то экономическая журналистика – это общественная и производственная деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной экономической информации (через печать, радио, телевидение, кино, и т.п.)» [И.Н. Демина 2011: 218]. Сферу СМИ пронизывают товарно-денежные отношения: квалификация журналиста, его трудозатраты, тираж газеты, производственная база СМИ – все это имеет определенную стоимость. Понятие рынок СМИ включает в себя взаимодействие медиапредприятий с государственными институтами (правительством, парламентом, антимонопольными органами, профсоюзами), оказывающими влияние на экономическую деятельность СМИ, и с аудиторией.

В информационно-коммуникативной социальной роли журналист помогает читателю и потребителю своего продукта осуществить процесс социализации, а значит - освоить элементы культуры, нормы и ценности, доминирующие в обществе. Помимо этого общение журналиста с публикой связано с передачей информации, знаний и опыта, а также с связи между поколениями.

Журналистика, будучи частью социальной системы, в то же время является «регулятором» общественного развития, включая граждан в общественные процессы, информируя социальные группы, меняя уровень социальной напряженности. Журналист является регулятором общественного развития, имея возможность включать население в происходящие в обществе процессы, снижать или повышать уровень социальной напряженности, информировать социальные группы и сообщества. Посредством своего труда журналист способствует координации всех элементов социальной системы и осознанию ими своих прав, функций, статусов и ролей. Вместе с тем журналист является проводником стандартов, как социальных, так и культурных, участвует в постановке цели общественного развития, а также соединяет в единый диалог правительство и граждан, являясь еще и каналом обратной связи.

СМИ, являясь участниками духовного производства – производства идей, представлений, художественных ценностей, необходимых в общественной жизни, воздействуют на массовое сознание, отражая и формулируя морально-нравственные стандарты, художественно-эстетические взгляды, духовные, философские и этические концепции, религиозные представления человека о мире. Являясь нормативной формой ориентации человека в социальной реальности, духовные ценности могут быть максимально полно сформированы посредством труда и творчества журналиста, поскольку именно журналистика, будучи построенной на точной документально-фактической основе, как ни один другой социальный институт, способна соотнести практику с духовными ценностями.

Миссия социальной журналистики заключена в ее роли. Нести в общество духовные ценности, формировать морально-нравственные стандарты, информировать население, помогать обществу освоить элементы культуры и т.д.

На сегодняшний день в России социальная журналистика чаще понимается в узком смысле как журналистика, основную тематику которой

составляют наиболее острые социальные проблемы российского общества. Часть из этих материалов ставят своей непосредственной задачей привлечь к поднятой проблеме внимание государственных органов, ответственных за ее решение, например, в сфере поддержки многодетных семей. Однако цель социальной журналистики – не только поднимать социальные проблемы и привлекать к ним внимание, но и способствовать их решению, а значит быть результативной. Социальный журналист должен рассматривать себя как заинтересованного участника совместного с аудиторией поиска решений сложных жизненных проблем. Главная цель социально-ответственной журналистики – это обеспечение стабильности социальной системы. Поэтому журналисты должны искать пути гармоничного взаимодействия между различными социальными группами и варианты разрешения проблем, которые бы снижали социальную напряженность.

На сегодняшний день социальные темы поднятые журналистом решают множество разнообразных задач. В первую очередь, нужно сказать, что написание таких произведений направлены помогать конкретным людям, оказавшимся в трудных ситуациях. Журналисты рассказывают о проблеме, помогают найти варианты ее разрешения, привлекают внимание общественности и компетентных органов. Следом за этим, стоит роль в обнаружение новых социальных проблем, их анализ, оценка, широкое обсуждение. Журналисты должны отслеживать динамику социальной сферы, обнаруживать положительные и отрицательные колебания, вырабатывать общую позицию по выявленным проблемам. Кроме этого социальные темы призваны поддерживать баланс общественных интересов, представляя позиции разных социальных групп. Сами журналисты могут оказывать и моральную поддержку людям, попавшим в трудные жизненные обстоятельства.

Социальная журналистика, представляет собой область деятельности, которая делает актуальными социальные проблемы, касающиеся конкретного человека и социальных групп, всего российского общества и участвует в поиске их решения. «Социальная информация является высшим и наиболее

сложным и многообразным типом информации. Она активно воздействует на сознание людей, их поступки, причем это воздействие осуществляется далеко не всегда заметно и непосредственно» [Б.Я Мисонжников 2019: 89].

Социальные задачи, решаемые СМИ:

- Помочь человеку в конкретно заданной ситуации, установив проблему, рассказав о способах ее решения;
- открывать и прорабатывать новые темы и проблемы, отслеживать изменения, помогать ориентироваться в меняющемся мире. Стимулируя людей на творческую жизненную активность, а в особенности индивидуальную инициативу;
- не допускать замалчивание проблем или невнимательности к ним, объяснять суть перемен;
- давать полную информацию о состоянии социальной сферы, вырабатывать общую позицию по назревшим проблемам, подвергать общественной экспертизе все законопроекты и решения, реально участвовать в формировании и осуществлении социальной политики, следить за функционированием социальных институтов;
- поддерживать равновесие интересов в обществе, предоставляя для этого различные позиции социальных групп; снимать социальную напряженность и предотвращать потрясения: всегда стремиться к равному разговору между различными группами
- поддерживать людей, помогать преодолеть чувство одиночества или безысходности, рассказывая об опыте других, напоминая, что всегда есть возможность помочь другому; всегда ставить идеи гуманизма и добра выше ситуативных интересов отдельных групп

Обобщая вышеперечисленные задачи, социальная журналистика, как деятельность не только должна поднимать социальные проблемы и привлекать

к ним внимание, но и в равной степени способствовать их решению, а это значит быть результативной. Данная деятельность имеет огромный потенциал в массмедиа и включает в себя различные социальные сферы. Смотря в обобщенном виде: факты и ситуации, судьбы и характеры, явления, события, процессы.

По мнению И.А. Зацепиной, полноценная социальная сфера в массмедиа включает в себя:

- анализ любой информации с позиций общественного большинства и в интересах развития всего общества;
- отражение проблем социальной сферы в ее связях с другими сферами общественной жизни;
- использование профессиональных ресурсов, формирующих своеобразие социальной журналистики;
- вовлечение в информационный обмен самих граждан [И.А. Зацепина 2010: 3].

Функции социальной журналистики, как деятельности СМИ отображают действительность, информируя аудиторию о происходящих событиях, дают возможность обмениваться мнениями по различным поводам, можно сказать регулируют отношения между людьми и социальными общностями, стремясь позитивно повлиять как на сами эти отношения, так и на социальные структуры, управляющие различными сферами общественной жизни.

Исследователь социальной журналистики Т. И. Фролова считает, что без полноценной, сильной социальной журналистики невозможен эффективный общественный диалог. «Наиболее актуальными задачами социальной журналистики следует считать повышение ее статуса в профессиональном и общественном сознании, что может произойти за счет усиления ее концептуальности и тщательной разработки каждым изданием

собственных коммуникативных стратегий. Нужна полнота информации об обществе, глубокий анализ, адекватные творческие формы. От журналистов нередко ждут ответов и решений, однако их функция в другом – организовать обсуждение, найти и соединить вместе людей, каждый который компетентен, в своем конкретном деле, сделать их знания, опыт, идеи известными, представленными к обсуждению» [Т.И. Фролова 2005:85].

§ 3. Выбор и разработка социальных тем

Тема в СМИ по сравнению с темой художественного произведения прямо отвечает на социальный заказ и более нормативна. Выбор темы обусловлен потребностями аудитории, событиями, которые требуют вмешательства журналистов. Журналистская тема всегда заметная и несет в себе определенные функции. Например, тема газетного материала прямо отвечает на социальный заказ: прямой отклик на актуальные общественные потребности. Тема основана на информационном поводе, нуждающемся в незамедлительном обнародовании. На выбор темы оказывает свое непосредственное влияние концепция издания, также редакционный план работы, персональные исследования, вкусы и предпочтения самого журналиста. Главной задачей остается общественная потребность и информационный повод. В редакции основным критерием отбора является актуальность темы, необходимость и ее целесообразность. «Важными критериями оценки темы произведения являются ее актуальность, оригинальность, то есть место среди других изданий по освящаемому вопросу» [А.Г. Киселев 2011: 126]. Выбор темы глубоко содержательный этап творческой деятельности журналиста. Он непосредственно связан с общественной практикой, с потребностями социального развития. И вместе с тем в самом выборе темы обнаруживается творческий потенциал журналиста, его способность к решению профессиональных задач. В.М. Горохов считает, что в теме журналист «синтезирует черты объекта, которые отражаются и абстрактным, теоретическим знанием, и здравым смыслом. Цель подобного

заземления состоит в том, чтобы открыть общезначимый смысл в, казалось бы, социальной, отвлеченной проблеме, вызвать у читателей эмоциональный отклик, соединить идеологические и социально-психологические средства воздействия на аудиторию». [1975: 63] М. Н. Ким пишет о зарождении темы так: «рождение журналистской темы всегда сопряжено с поиском интересного объекта или предмета будущего описания. Каждый журналист вкладывает в данное понятие свой смысл. Для одних темой может стать событие или человек, о котором никто не писал, для других – непознанная проблема, для третьих – интересный жизненный случай или ситуация и т.д.» [М.Н. Ким 2001: 170]. Е. Рябчиков считает, что для основного процесса создания темы: «...является движения от факта к теме; закономерен и обратный процесс: от темы к факту. В этом случае родится не из конкретных, реальных фактов, а будет придумана, и только уже потом журналист займется сложным поиском фактов, «подтверждающих» выдуманную тему» [Е. Рябчиков 1960: 11-12]. Но нужно помнить, что «выношенная» тема не может быть не подкреплена фактической основой. Эта основа заключена в предшествующем опыте автора, которая сознательно или интуитивно выбрана. Темой для написания журналистского текста обычно выступает какое-то событие, проблема или человек, как сама новость. Можно сказать, что задача каждого корреспондента, найти что-то необычное в обычном. Эти поиски темы всегда сопряжены с актуальностью и значимостью ее для общества, с четким раскрытием идеи. Когда выбранная тема становится актуальной? В.В. Тулупов комментирует это так: «Когда журналист пишет о реальных проблемах реальных людей, стараясь помочь их разрешению, добиваясь действенности своих публикаций» [В.В. Тулупов 2019: 69].

«Поиск интересных тем - извечная проблема журналистов, потому что найти в обыденной жизни нечто примечательное и любопытное, в примелькавшемся явлении или предмете какие-то новые, доселе неизвестные грани можно только при определенной зоркости в поиске проблем» [А.Г.

Киселев, 2011: 205]. Поэтому поиск тем для корреспондентов не всегда легкая задача. Создание журналистского текста на социальные темы всегда имеет свою специфику. Ее подробно описала М.А. Бондаревская в своей научной статье «Особенности создания журналистского текста». Там автор подчеркивает то, что на первом этапе, а именно, выборе самой темы, корреспонденту следует выбрать актуальную и общественно значимую тему. Большую роль в этом так же играет и способ раскрытия новых сторон проблемы, о которой хочет говорить журналист. На следующем этапе, планирования и конкретизации идеи, корреспонденту необходимо уделить особое внимание собственной оценке тому, о чем он рассказывает, потому что социальная проблематика всегда востребована и является многосторонней. В своей работе над социальными материалами журналист может использовать общепринятые в журналистской сфере методы, как и его коллеги, например, это может быть интервью, наблюдение, определенный эксперимент. При проведении всей этой работы особое значение может иметь метод включенного наблюдения. [М.А. Бондаревская 2015: 57-58] После того как журналист определился с темой, он приступает к разработке своего замысла. Окунувшись в поставленную перед собой проблему или ситуацию, он должен теперь ее изложить и подсказать пути ее решения. В том или ином случае проблемная ситуация, с которой журналист сталкивается на практике, способна вывести его на определенный объект и предмет изучения. Под объектом обычно понимают «жизненные процессы и явления, в составе которых обнаруживается противоречие, порождающее проблемную ситуацию», а под предметом изучения – «характеристики (свойства) объекта, отражающие главные звенья (основу, ядро) противоречий». Отношения между реальной конкретной ситуацией и масштабной проблемой, считает Г. Лазутина, бывают разными: «Ситуация может нести в себе эту проблему, быть ее частью – и тогда она становится источником нового знания о проблеме (породивших ее причинах, неожиданных проявлениях и т.п.); ситуация может содержать в себе опыт решения проблемы, демонстрируя тем самым пути

преодоления трудностей, испытываемых многими, – тогда она дает основания для сообщения об этом опыте; ситуация может быть конфликтной, – показывая последствия своевременно не решенной проблемы, она становится поводом для урока, для анализа этих последствий и оценки поведения людей» [Г. Лазутина 1997: 62-63]. Выяснив все стороны проблемной ситуации, определив объект и предмет исследования, журналист может приступить к выдвижению гипотез, способных придать замыслу будущего произведения вполне реальные черты. Гипотезы могут содержать в себе и суждения журналиста о жизненной ситуации, и его представления об объекте, и предположения по поводу возникновения тех или иных противоречий и т.п. Процесс создания журналистского произведения у каждого автора проходит по-разному. Одни занимаются систематизацией материала, другие его композиционным распределением, следующие конкретизацией и детализацией замысла. Данная работа позволяет не только представить черты будущего произведения, но и вплотную подойти к его планировке. Если в замысле фиксируется только общая идея, то в плане дается беглая наброска всего произведения, выделяются его узловые моменты, определяются основные герои произведения, вокруг которых и развернется все действие, наконец, задается вся событийная канва. Именно в этом коренное отличие плана от замысла. «Чтобы произведение получило идейное звучание, журналисту необходимо определиться в своей нравственной или идеологической позиции, в своих взглядах на ту или иную проблему, в своем видении жизненной ситуации, с которой он столкнулся, наконец, в выражении собственного отношения к описываемым фактам. В этом случае читателю становится понятно, ради какой цели писалось произведение, какие идеи автор пытался донести до общественности, какими мыслями хотел поделиться, в чем пытался убедить аудиторию и т.п. Если журналисту удастся отразить в произведении все эти моменты, то он может рассчитывать на ответную реакцию аудитории» [М.Н. Ким 2001: 102].

Таким образом, можно сделать вывод, что выбор темы непосредственно связан с потребностями социального развития и способностью журналиста решать профессиональные задачи, которые ему при этом даются.

4. Виды социальных тем

Долгие годы в отечественной журналистике первое место занимали политические и развлекательные темы. СМИ старались удовлетворять потребности людей в релаксации, а также повысить свои доходы за счет быстрой популярности. Социальная проблематика не является прибыльной и поэтому долгое время оставалась на периферии интересов журналистов. С начала 2000-х наметился разворот интереса к социальной проблематике. Журналисты вновь стали освещать жизнь обычных людей, с их повседневными проблемами и заботами. Так начали складываться основные темы социальной журналистики, актуальные и в настоящее время:

- освещение возможностей и форм самоорганизации граждан для отстаивания своих прав и свобод;
- деятельность различных общественных организаций, активно участвующих в преобразовании жизни общества, в том числе благотворительных фондов, социальных предприятий, консультационных центров и т. п.;
- освещение проблем незащищенных групп населения: многодетных и неполных семей, безработных, мигрантов, пожилых и одиноких граждан; участие в решении проблем молодежи: трудоустройства, наркомании, алкоголизма, доступности образования, преступности, заболеваний СПИДом и гепатитом, деятельности организаций по работе с молодежью;
- распространение идей гражданского общества;
- темы, связанные с нравственным воспитанием граждан;
- экономическая и социальная политика государства и формы ее реализации.

На сегодняшний день, круг тем, которые охватывает журналистика, очень широк: от узконаправленных до глобальных. К наиболее обсуждаемым проблемным социальным темам в СМИ относятся следующие виды: рост цен на товары и услуги, безработица, алкоголизм и наркомания, коррупция, уровень жизни населения, преступность, пенсионное обеспечение, ситуация в сфере ЖКЧ и ЖКУ, экономический кризис, демографическая ситуация (рождаемость, смертность), положение России в мире, положение молодежи, экология и состояние окружающей среды, отношения со странами СНГ, экстремизм, демократия и права человека, состояние морали и нравственности, здравоохранение, образование.

Доктор филологических наук В.В. Тулупов выделяет следующие актуальные проблемные темы:

- «1. Возникновение новых, «других» социальных страт и групп;
2. Поляризация населения;
3. Зарождение «новых бедных» и «новых богатых»;
4. Ослабление института семьи («гостевые браки», «муж на выходной», «пробный брак» и пр.);
5. Появление новых форм гендерной дискриминации;
6. Распространение молодежной преступности;
7. Увеличение социального сиротства;
8. Проблемы инвалидности и старости;
9. Положение социально уязвленных групп (и «подследственные» люди, отбывающие срок в местах заключения)» [В.В. Тулупов 2019: 243].

Социальные темы могут быть связаны не только с проблемами общества. Социальные темы могут быть сами по себе общественно значимыми, то есть актуальные в настоящее время и интересующие людей в повседневной жизни.

§ 5. Радио как СМИ и его социальные функции

На сегодняшний день радио в России выполняет социальные функции в большей степени, чем телевидение. Конечно, нельзя не сказать, что это связано во многом с доступностью радио и значительный охват территории вещания. Часто проблемы, которые нужно решать, актуальны для конкретной местности и их решение возможно с помощью радиожурналистики. «Обсуждение в радиоэфире наболевших социальных проблем, которые замалчивались десятилетиями, вошло в практику в годы «перестройки» и с тех пор неизменно остается в повестке» [Т.И Фролова 2014: 130].

В России большое количество разнообразных радиостанций. Радио как СМИ обладает определенными особенностями. Радио есть разновидность беспроводной связи, при которой в качестве носителя сигнала используются радиоволны, свободно распространяемые в пространстве. Появившись в мире 7 мая 1895 года, оно прочно вошло в нашу жизнь благодаря уникальным особенностям:

1. В структуре современных СМИ радио остается наиболее оперативным наравне с интернет СМИ.
2. Из всех СМИ услуги радио не требуют дополнительной оплаты (кроме покупки радиопередатчика).
3. В системе СМИ радио, ориентированное, прежде всего на слуховое восприятие, воздействует более других на воображение человека.

Кроме того, радио высвобождает воображение и определенным образом компенсирует тот эмоциональный и мыслительный застой, те навыки автоматизма в поведении и реакциях, которые выработаны привычным жизненным опытом. Радио возбуждает фантазию, стимулирует чувства и тем самым дает работу и мышлению, и неосознанным эмоциям.

Радиостанций по признаку «Цель радиостанции»:

- Радиостанции, ставящие перед собой преимущественно общественно-политические цели.
- Радиостанции, ставящие перед собой преимущественно коммерческие цели.

- Радиостанции, ставящие перед собой преимущественно просветительские цели.
- Радиостанции, ставящие перед собой преимущественно информационные цели.
- Радиостанции, реализующие преимущественно развлекательные цели (музыкальные, разговорно-игровые и познавательные).

Функции, выполняемые радио:

- 1) Информационная функция (создана для удовлетворения потребности личности, общества и государства в информации);
- 2) Рекламная функция (помогает слушателю ориентироваться в постоянном меняющемся рынке товаров и услуг);
- 3) Интегративная (консолидирующая, объединяющая) функция (регулярное и одновременное прослушивание программ людьми, свидетельствует об их общности);
- 4) Функция выражения и формирование общественного мнения (ее роль заключается в возрастании значения общественного мнения в жизни общества);
- 5) Функция общения (возможность слушателю и ведущему осуществлять речевой контакт, где сотни слушателей становятся участниками разговора);
- 6) Воспитательная функция (воспитание личности, определенного государственного строя);
- 7) Агитационно-пропагандистская и организаторская функция (призывает население прийти к какому-то определенному пункту);
- 8) Эстетическая функция;
- 9) Функция просвещения (важна для страны с огромной территорией);
- 10) Функция развлечения.

Формат – это концепция радиостанции, включающая в себя содержание, ритмы вещания, эстетические нормы программирования, манеру работы ведущих и другие специфические особенности радиостанции. Проще говоря, формат это такой подбор и расположение программ радиостанции, способных удержать на себе тот сегмент аудитории, на которую направлена станция. Существует несколько форматных разновидностей: музыкальные, разговорные, новостные. Здесь программный директор своей радиостанции разрабатывает сетку вещания, подбирает удобное время для определенного эфира в зависимости от времени суток. В отличие от формата для выражения всего многообразия общественной жизни, наиболее важных, актуальных, значимых событий и явлений действительности в эфире звучат различные типы информационных программ: информационные, информационно-аналитические, информационно-развлекательные, информационно-музыкальные, информационно-рекламные.

В эфирах советского радиовещания поднимались различные социальные темы о состоянии прав и свобод граждан в Союзе и советской культуре, духовном наследии России, духовной жизни русского зарубежья. Дальнейшее развитие современного радио стало зависеть и от того, что уже в начале 1990-х гг. в российской журналистике начали складываться два основных направления: информационно-аналитическая (т.е. «серьезная», общественно-политическая) и развлекательная (нацеленная на удовлетворение потребностей массовой аудитории) журналистика. Во времена перестройки и первые годы существования независимой России, в период бурных политических и экономических событий, аналитическое направление журналистики выходит на авансцену. Острые темы социального, экономического развития страны затрагивались в публицистических передачах, например Ленинградского радио, уже в конце 1990 г. «Вечерняя передача «Депутатский канал» вышла в эфир под названием Радиостудия «Контакт», в центре ее внимания были актуальные вопросы, связанные с работой правоохранительных органов. Выпуск программы «День за днем» от

21.02.91 был посвящен проблемам роста цен. В передаче от 25.03.91 прозвучал сюжет, посвященный брокерскому делу и первым торгам на товарно-фондовой бирже «СанктПетербург», участник программы – исполняющий обязанности генерального директора биржи А. Карташов. Передача «Свободная зона»: «Школа бизнеса» от 25.06.91 была посвящена проблемам подготовки кадров руководителей, специалистов, рабочих и крестьян для работы в условиях рынка» [Ю.В. Ключев 2001: 109]. Радио имеет большие возможности для освещения социальных тем.

Социальные темы в журналистике представлены в следующих жанрах: интервью, заметка, отчет, репортаж. Определим, как данные жанры реализовываются в социальной журналистике и сравним, как эти жанры воплощаются на радио. В учебнике «Жанры печатных и электронных СМИ» заметка определяется следующим образом: «Первичный информационный жанр, обладающий как внешними, так и внутренними признаками. К внешним отнесем оперативность, актуальность, событийный повод. К внутренним – лаконичность, сжатость и внутреннюю тематическую собранность» [С. Г. Корконосенко 2004: 126-127]. С помощью этого жанра журналисты своевременно отображают самые разные значимые общественные события. Задача, стоящая перед заметкой это раскрытие смысла базового факта или события. Сама она делится также на подвиды: «хроника» (одно-два предложения лаконично констатируют сверхоперативное событие), стандартная (событие 12 представлено в двух-трех деталях), расширенная заметка (расширенная детализация субъекта, причин, последствий и так далее). Заметку можно сопоставить с жанром информационное радиосообщение. Они подобны друг другу. Из всех жанров радиожурналистики, оно больше всего ближе к печатным жанрам, так как в его основе лежит социально значимый факт общественной жизни. Данный жанр, так же как и заметка отвечает на главные вопросы: что? Где? Когда? Кто? В учебном пособии В.В. Смирнова дается такая характеристика жанра: «Самые важные характеристики радиосообщения: оперативность, событийность, новизна, актуальность,

достоверность, конкретность! Эти качества определяют особенности сбора материала, методы его обработки, содержание и форму радиосообщения. Событийность, новизна, оперативность требуют от журналиста, редактора выпуска новостей отличной ориентированности в политической жизни общества, большой мобильности. А актуальность – умения оценить значимость события, его место в общественно-политической картине дня. Достоверность, конкретность не возможны без высокого профессионализма радиожурналиста, умения работать с источником информации, дорожить точностью, надежностью, объективностью сведений» [В.В. Смирнов 2002: 55].

Существует несколько видов радиосообщения: хроникальное, озвученное, дополненное небольшим комментарием, информационное радиовыступление.

Все они нужны для того, чтобы расширить содержание и звуковую картину в сетке новостей.

Хроникальное радиосообщение емкое, звучит от 10-15 секунд. Можно сказать, что это своего рода «лид». У развернутого радиосообщения отличительная черта в том, что обогащено описанием важных подробностей и деталей. Содержит какие-то пояснения и примеры, обычно длится 30-40 секунд. Озвученное радиосообщение – это небольшая документальная запись сделанная на месте событий или же включающая в себя голос очевидца. Такой прием, делает сообщение более объемной и интересной для слушателя. С информационным радиосообщением могут выступать не только журналисты, но и очевидцы, специалисты, эксперты. Главная отличительная черта состоит в том, что документальные факты составляют основную базу рассказа, а аргументация дополняет их, растолковывает событие, но и, не давая при этом глубокую оценку.

Структура радиосообщения зависит от задачи, насколько оперативным должно быть сообщение важной новости. Поэтому особое значение приобретает здесь первая фраза, которая должна привлечь внимание аудитории.

Из-за того что происходит восприятие на слух, требуется закрепление материала. Поэтому главная мысль, факт, имена, географические названия, могут и должны повторяться, в начале и в конце сообщения. Радиосообщение – небольшой текст. Поэтому здесь важен: язык, стиль, интонация звучащего голоса. Язык информационного сообщения должен быть доступным, ясным, простым и точным. Стиль – лаконичным, предельно кратким, ориентированным на разговорный вариант литературного языка и нейтральную лексику.

«Интервью – жанр публицистики, представляющий собой разговор журналиста с политическим, общественным или иным деятелем по актуальным вопросам» [Г.В. Кузнецов 2002: 183]. Главным инструментом журналиста являются вопросы. Как правило, интервью начинается с открытых, причинных вопросов, далее используются наводящие, уточняющие вопросы. В. В. Смирнов дает такое понятие: «Радиоинтервью – коммуникативный акт между интервьюируемым, журналистом и слушателем. Цель этого жанра – получение актуальной, интересной информации от компетентного, сведущего человека. В основе жанра – чередование вопросов и ответов, которые представляют собой единое смысловое и эмоциональное целое, объединяемое одной темой» [В.В. Смирнов 2002: 73]. В отличие от печатного СМИ, журналист на радио записывает материал или сразу берет его в эфире. Это живой, звучащий разговор. Когда в газете, журналист может редактировать свой текст и где то добавить литературный язык. По своей структуре радиоинтервью состоит из небольшого вступления, основной части и заключения. Сначала слушателям озвучивают тему, собеседника и объясняют, почему именно он, будет участвовать в диалоге, зачем его экспертное мнение важно слушателю. Далее идет развитие темы, раскрывается суть беседы. Заключительная часть состоит из подведения итогов разговора. Если интервью по длительности превышает десять минут, то журналист обязан еще раз напомнить слушателям его имя. Это зависит от того, что слушатели не всегда «попадают» на интервью в начале и могут не знать говорящего за микрофоном. Наиболее распространенный объем интервью от 2 до 8 минут. Оптимальное интервью содержит 5–6 вопросов.

В учебнике Н.В. Зверевой репортаж определяется как: «Событие, показанное во время самого события через репортера, который становится главным и часто единственным героем репортажа». [2009: 123] «Репортаж – это рассказ очевидца, написанный так, чтобы дать возможность читателю почувствовать себя на месте события» [В.В. Колесниченко 2008, 27]. В радиорепортаже сочетаются все сильные стороны информационного радиосообщения: оперативность, актуальность, емкость текста. К основным жанровым признаком радиорепортажа можем отнести: документальность, достоверность, оперативность – базируются на актуальной информации. Его задача отражать события, связанные с воплощением информационного, временного процесса свершения события. В сравнении с газетой, журналист в печати использует литературное слово, наполняет свой текст выразительными средствами. Когда радиореporter творит на момент записи. В числе его приемов: звучащее слово, документальные шумы, музыка. Тем самым воздействуя на воображения слушателя.

Классическим видом жанра является репортаж, идущий в эфир прямо с места события. Здесь задача журналиста и его способность заключается в легкости и непринужденности, краткости и емкости вещания с места события. Ему нужно импровизировать и думать «монтажно», создавая картину происходящего безошибочно.

Виды репортажей: событийный, проблемный, познавательный. Проблемный репортаж: начинается обычно с места какого-либо действия (например, репортаж о ремонте дороги в большом городе, которая вызвала большую пробку автолюбителей, лучше начинать с живой оценки происходящего, описывая поток транспорта). Проблема в таком репортаже ставится и рассматривается на информационных фактах.

Познавательный репортаж может содержать не только информацию, но и затрагивать проблему. Но главная его цель: познакомить слушателей с чем-то новым и интересным.

«Отчет – информационный жанр, позволяющий обстоятельно, подробно передать ход, суть статичного (заседание, конференция) или растянутого по времени, месту действия (например, спортивное состязание на разных площадках) события» [А.А. Тертычный 2000, 27]. Отчет проявляется в двух подвидах: прямой (перечисляет основные моменты события), тематический (систематизирует обсуждение заявленных на мероприятии тем, проблем). Отчет деловит, добросовестен, рассказывает о важном, значимом. Ни один вид журналистики, включая социальную журналистику, не может обойтись без этого жанра. Радиоотчет во многом похож на радиорепортаж, их роднит функциональная общность: рассказывать о событии с места, где оно происходит. Различаются они своим материалом. Радиорепортаж записывается на месте события, радиоотчет же рассказывает о том событии. Журналисту монтаж материала отчета дает ему маневры, например, расставить акценты. Журналист следует в репортаже за событием, в отчете – он видит его целиком и осмысленно выбирает его фрагменты. Цель радиоотчета – дать слушателям представление о содержании, развитии события, передать его самые важные элементы. Основная работа журналиста в радиоотчете правильно оценить выступление ораторов, суметь выделить самое значительное.

На сегодняшний день социальная журналистика представлена не только материалами различной тематики и проблематики, но и разнообразными жанрами, что позволяет сделать вывод о социальной журналистике как о самостоятельном направлении в публицистике.

Социальные темы также получают свое воплощение через вспомогательные элементы: интонация, музыка, шумы, монтаж. «Так, главной особенностью языка радио является сочетание словесного и звукового ряда. Использование широкого спектра широкого аудиоряда – музыки, шумовых эффектов, фонетических и паратембральных свойств речи (интонация, темп, узнаваемые акценты, индивидуальные голосовые качества) – делает язык радио мощным средством воздействия на массовую аудиторию» [С.В. Давыдова 2011: 94-95].

В первую очередь выделим интонацию в освещении социальных тем, так как она играет огромную роль. Она передает эмоциональное состояние говорящего, несет содержательную и социальную нагрузку. «Существует множество вопросительных интонаций, используемых в СМИ: дубитация, объективизация, объективация, риторический вопрос, а также таких языковых средств, как коммуникация, парантеза, риторическое восклицание, умолчание, повторы. Все они выражаются с помощью голосоведения, соблюдения ритмо-интонационного рисунка» [Н.М. Ильенко 2009: 61].

На радио мы слышим слово, отделенное от человека, здесь за нас работает воображение. Заставляя вслушиваться в глубину звучания, что повышает информативную ценность. В радиointervью ведущий беседует с гостями, берет интервью, проводит дискуссии, обсуждая острые вопросы. Журналист фокусирует на себе интерес слушателей. Создает у микрофона такую атмосферу общения с приглашенным человеком, которая помогает проявить себя в контактной регулируемой речи. Эта атмосфера общения и воспринимается слушателем, который как бы становится участником разговора. Резюмируем выше сказанное, журналист несет в массы важную и серьезную какую-либо проблемную тему. Кроме содержательного посыла, на человека воздействует в первую очередь интонация человека. Влияет, таким образом, на слушателя эмоциональным и интонационным настроением.

Музыка, как и звучащие слова, воздействует на эмоции слушателя. Она так же играет огромную роль, являясь одной из составляющих формообразующих факторов радиопрограмм. Музыка в передачах касающихся социальных тем служит также для разбивок между блоками. Также используются музыкальные «шапки», для узнавания той или иной программы в эфире. Также есть звуковые декорации, помогающие слушателям представлять себе место действия, характеризующие обстановку. Чаще всего в новостных программах применяется звуковой фон, который подчеркивает звучание речевого текста. Музыка как передача звуковой атмосферы, очень помогает

журналисту описать ту или иную ситуацию, состояние героя, а слушатель в последствие может это представить.

Под шумами в радиожурналистике понимается звуковое проявление, отдельное от музыки и речи, самостоятельно звучащее в эфире. То что попадает на запись или эфир случайно, обрывки чьих-то фраз, музыки, шум толпы, окружающей среды, являются шумами.

Шумы выполняют также важные функции. Например, журналист находится на строительстве новой станции метро. Правительство области решило удлинить ветку метро из-за жалоб жителей района на проблему с общественным транспортом. Он описывает действия, обращается к слушателю, но также слышен и шум работы строительной бригады. Так речь журналиста и шума несет дополнительную конкретизирующую информацию, о том, что строительство и правда идет. Шум таким образом, выполняет роль своеобразной акустической иллюстрации. Радиожурналист использует шум в разных жанрах: репортаже, очерке, радиорассказе в том или ином его качестве в зависимости от задачи, которую он перед собой ставит, выбирая также и прием использования шума, обусловленный заданной социальной темой и не только ей. Информация которая содержится в шуме, углубляет речевой текст, делает более объемным в звуковом отношении.

В своем учебном пособии В.В. Тулопов дает следующие определение слову монтаж: «Соединение частей (фактов, явлений, предметов) в целое и сопоставление этих частей» [В.В. Тулопов 2019: 139]. Монтаж является творческим процессом. В композиции программы новостей используется общий монтаж, где учитывается все компоненты целого. Здесь монтаж отдельных радиопроизведений сочетание внутренних связей. Монтаж позволяет избавиться от неудачных моментов, технических ошибок, подставит нужный звуковой образ. Монтаж соединяет и приносит полную гармонию речевых, музыкальных и шумовых элементов. То есть целостно представляет композицию радиопроизведения.

При монтаже используются в разных вариантах сила звучания (повышение, понижение, контраст), пауза, наложение одного выразительного средства на другое (слово на музыку, шумы в различных вариантах их сочетаемости, продолжительность звучания того или иного средства). Удачно подобранный способ монтажа может создавать дополнительные нетекстовые образы и эффекты воздействия на эмоции слушателей.

В информационном радиосообщении встречается монтаж в его самых простейших, но и самых значительных формах: отборе фактов и их изложении, а также расположении в структуре программы, ее верстке. В радиорассказе, радиокомпозиции монтаж используется как одно из главных средств создания звукового образа. Таким образом, все выразительные формообразующие средства радиовещания помогают отразить звуковую картину действительности под определенным углом зрения, конкретным жанром, с помощью различных творческих методов. Взаимодействуя друг с другом, соподчиняясь друг другу, они создают содержательное и акустическое единство целостного произведения.

Выводы по первой главе

Таким образом, в данной главе нами были подробно рассмотрены основные понятия и характеристики социальной журналистики, а так же социальной проблемы. Дана характеристика такому понятию как социальная проблемы с профессиональной точки зрения. Рассмотрено понятие социальной проблематики и её освещение и характеристика через призму профессиональной журналистской деятельности и СМИ в целом. Далее нами были рассмотрены виды и воплощения социальных тем в журналистике. Дана развернутая характеристика их разновидностям, определены самые часто используемые жанры журналистики для поднятия и обсуждения социальных тем. Также нами был описан процесс выбора и разработки темы журналистом со всеми тонкостями и анализом составляющих этого процесса от зарождения идеи до выпуска её на просторы вещания СМИ.

Глава 2. Освещение социальных тем на «Радио России»

В этой главе выполняется основная задача данной исследовательской работы, а именно: подробное рассмотрение типологической характеристики «Радио России» и анализ программ радиостанции «Радио России» на предмет наличия социальных тем и их раскрытия в выпусках.

§ 1. Типологическая характеристика «Радио России»

и его история

Исследователи журналистики в 70-х годах прошлого века занялись изучением типологического анализа СМИ. В 1979 году Акопов А.И. дал понятию «тип» определение. «Модель, которой соответствует любой класс объектов, а также элемент этого класса, входящий в классификационную систему» [А. И Акопов 2002: 107] . В толковом словаре Ушакова Д.Н. дается такое понятие типологии. «Типология, н, мн. нет, ·ж. (от ·греч. *typos* — отпечаток и *logos* — учение) (научн.). Взаимоотношения между разными типами каких-нибудь явлений или предметов, представленные в научной системе. Историческая типология общественных формаций, типология языков мира, типология телосложений» [Д.Н Ушаков 1994: 708]. Дадим определение «типологии СМИ»: «Научная дисциплина, занимающаяся изучением реальных явлений в целях оценки существующих изданий и моделирования отсутствующих, но необходимых. Формирование и изменение типологических признаков изданий происходит под влиянием типобразующих факторов» [Г. С Мельник 2011: 68]. Типология, проще говоря, это классификация предметов или явлений по общности каких-либо признаков. Типологические признаки носят не формальный и не частный характер. Изменение какого-либо типологического признака может оказать довольно сильное влияние на содержание или вид конкретного издания. Типология СМИ зависит от многих факторов внешних (социальных) и внутренних (журналистских). Движение в типологии СМИ происходит непрерывно. Это касается не только

распределения средств информации по группам, но и самого набора критериев, принятых для описания изданий.

«Типоформирующие признаки программ характеризуются рядом факторов, в первую очередь - целевыми установками, направленностью на определенные группы слушателей и издателем (т.е. радиоорганизацией, ставящей перед вещанием определенные задачи и цели, учитывающие интересы разных групп аудитории и свои собственные)» [В.В Смирнов 2002: 80]. К разряду типоформирующих (типообразующих) признаков относятся цель вещания радиостанции, ее аудитория и форма собственности. Рассмотрим подробнее силу влияния каждого из названных факторов.

«Радио России» выражает точку зрения органов государственного управления. Так как и позиционирует себя как официальная государственная радиостанция. Потому, по цели вещания «РР» относится к группе радиостанций, ставящих перед собой преимущественно общественно-политические цели и входит в подгруппу официальных радиостанций.

По признаку аудитории «Радио России» является массовой радиостанцией. Так как имеет мощную сеть распространения. Звучит во всех регионах России, на длинных, средних, ультракоротких волнах и в интернете. По данным федерального агентства по печати и массовой коммуникации на 2018 год «РР» имела 1347 точек вещания в России. [<https://www.radiorus.ru/>] Поэтому техническую возможность более 50 миллионов человек в сопредельных государствах. Имея такое количество слушателей радиостанция, можно сделать вывод, что она направлена на массовую аудиторию. Так как «РР» предназначена на массы, то и возрастная категория у нее разнообразна. Программы выходят детские, молодежные и взрослые.

«Радио России» по форме собственности входит в медиахолдинг Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной

компании (ВГТРК), являясь государственной радиостанцией. Это означает, что финансируется она из федерального бюджета, следовательно входит в подгруппу общегосударственных радиостанций.

Теперь определим формат радиостанции, содержательно-тематическую направленность вещания и жанровую политику.

По форматному признаку, «РР» относится к группе широкоформатных радиостанций, поскольку не придерживается строго одного музыкального или информационного направления. В рамках одной радиостанции «Радио России» некогда даже существовало несколько каналов: «Четыре четверти» (для продвинутой молодежи), «Русский ВВС» (рассчитанный на взрослую высокообразованную аудиторию) и другие.

Насыщенность эфира «Радио России» относится к группе информационно-разговорных радиостанций. Из-за того, что радиостанция делит свои передачи на виды: ток-шоу, интервью, музыкальные программы, познавательные, литературно-театральные, духовно-философские, развлекательные, спортивные и радиотеатр - и большую их часть составляют именно передачи информационные, затем - разговорные и в меньшей степени - музыкальные.

Содержательно-тематическая направленность вещания определяет, о чем именно будет вещать данная радиостанция. По этому признаку радиостанции можно разделить на универсальные (охватывают в своих передачах все сферы жизни страны) и специализированные (освещают довольно узкий круг тем из определенной области знания). Поскольку «Радио России» является массовым радио, соответственно оно придерживается концепции универсальности при выборе тем. Большое количество передач помогает удовлетворить интерес всех возрастов. Содержательно-тематическую направленность «Радио России» можно характеризовать как «всем обо всем». Единственный кто может влиять на вещание программ учредитель. Но даже при всей неужидности какой-либо темы, «РР» освещает деятельность оппозиции и даже анонсирует противоправительственные митинги. Как мы уже определили ранее радиостанция имеет все три группы жанров (информационный,

аналитический, художественно-публицистический). Мы делаем вывод о том, что по признаку жанра «Радио Россия» является универсальной радиостанцией.

Теперь проанализируем объем аудитории и вещания, а также территориальное отношение.

По результат исследования компании Radio Index среднее количество слушателей радиостанции в усредненном 15-минутном интервале - 100, 9 тыс. человек. Накопленное суточное количество слушателей радиостанции - 560,5 тысяч человек. Накопленное количество слушателей в течение недели - 1 млн 145 тыс 300 человек. [http://propel.ru/rejting/r_radio.php]

Объем вещания «РР». Радиостанция вещает 24 часа в сутки, но здесь нужно отметить, что из-за нашей протяженности страны, а именно часовых поясов (Дальний Восток, Сибирь-Урал, Центр), идут одновременно разные программы, что делает вещание «РР» более 24 часов.

По территории вещания «Радио России» относится к группе всероссийских радиостанций, поскольку она передает сигнал по всем проводным приемникам, а также имеет свою частоту во всех диапазонах.

«Радио России» – государственная радиостанция самого широкого охвата населения России, её сигнал принимается даже в отдалённых районах, вдали от городов. Государственная радиовещательная компания «Радио России» – главная государственная радиостанция страны, созданная в 1990 году на базе Гостелерадио. 10 декабря того же года, вместе с Российским телевидением образовало Всероссийскую государственную телерадиокомпанию - ВГТРК.

С начала 1991 года «Радио России» стало вещать только на третьем радиоканале вместе с радиоканалом «Юность». А с августа 1991 года «Радио России» всецело вещало на первом радиоканале, переместив «Радио-1» на третий радиоканал, а «Юность» - на отдельную радиочастоту. Сами сотрудники «РР» определяли тогда свою аудиторию как «благодарную аудиторию

провинциальной интеллигенции», «поздних шестидесятников». В конце ноября 1991 года заработал музыкально-развлекательный канал «Четыре четверти», и к «поздним шестидесятникам» присоединилась не менее благодарная аудитория тинейджеров. Следующим шагом «РР» на пути покорения своего слушателя стала регулярная трансляция передач британского ВВС «Как работает бизнес» и «Биг Бен из Лондона».

«Радио России» в 1992 году становится на новый этап своего развития. Его вещание становится круглосуточным. «Радио России» теперь является главным государственным каналом информации. В его рамках создаются два подразделения: «короткое радио» - дирекция информационной службы и «длинное радио» - дирекция программного вещания. «Короткое радио» представляло собой 10-минутные выпуски новостей в начале часа и аналитические передачи. В подразделении «длинного радио» создавались литературно-художественные, детские, религиозные и развлекательные программы. На «Радио России» стали работать лучшие журналисты. Утром на радио звучал двухчасовой блок канала «Начало», включавший сообщения корреспондентов, музыку, новости, в основном неполитические. Дневной блок был отдан популярному каналу «Домашняя академия». Кроме этого существовали авторские программы, передачи для детей и множество программ для старшеклассников. Были рубрики по письмам слушателей: «Час письма», «Из России с любовью», «Преодоление» и др. Ряд программ создавался на основе соглашения о многостороннем сотрудничестве с организацией при Всемирной службе Британской радиовещательной корпорации ВВС-MPM при финансовой поддержке Европейского союза TACIS, в частности образовательные программы о бизнесе, экологии, мыльная опера-сериал «Дом 7, подъезд 4» (совместно с «Эхом Москвы»). Многие из этих программ существуют и сегодня.

Радио России с 1995 по 1997 год прошла «период автономности», как и другие СМИ. «В августе 1997 г. Указом Президента «О совершенствовании

структуры радиовещания в Российской Федерации» было ликвидировано Радио-1 как государственная станция, в результате акционирования переместившаяся в сектор негосударственного радиовещания в качестве канала Радио-1-Культура. Единую вещательную организацию образовали радиостанции «Маяк» и «Юность». «Радио России» в значительной степени изменило свою программную концепцию и прежде всего в информационной части эфира: новости «Радио России» выходят в эфир под тем же названием «Вести» и с той же заставкой, что и информационная программа РТР» [Я.Н Засурский 2001: 174]. Так фактически закончился этап автономности государственного радиовещания. Для государственного радио история началась заново.

В апреле – июне 1998 года еженедельно на волнах «Радио России» передавался вызвавший большой интерес у слушателей цикл «Коридоры четвертой власти» (о средствах массовой информации). Он был создан ВВС-МРМ совместно с «Радио России» и факультетом журналистики МГУ также при финансовой поддержке Европейского союза TACIS» [Д.С Барабаш 2005: 55]. С тех пор как «Радио России» стало главной государственной компанией, оно постепенно теряло свой альтернативный имидж. Его программы перестали принципиально отличаться от программ других государственных каналов, выделяясь, может быть, большей аналитичностью, большим числом материалов публицистического характера. Но в целом «Радио России» превратилось в официозный источник информации.

Фактически через 10 лет реформ государственная власть вернулась к тому, от чего отошла в 1991 г. — централизованной системе радиовещания, сосредоточенной в одних руках. Начались серьезные разговоры о выстраивании государственной политики в области радиовещания в целом и государственного радиовещания в частности. Почти все 2000-е гг. были ознаменованы реформами вещательной и программной политики «Радио России». Так, в сетке вещания был сделан акцент на радиосериалы. Произошло

сокращение в эфире объема синдицированных зарубежных программ. В 2002 г. на конференции «Индустрия СМИ» коммерческими радиостанциями был поставлен вопрос об уходе государственного радио с рынка рекламы и это было основное требование к государству. Реформа же государственного радиовещания затянулась, четкого форматирования как не было, так и нет, государственные станции по-прежнему конкурируют между собой за аудиторию. «Радио России» пересекается с «Маяком», «Маяк» пересекается с «Юностью», все они пересекаются до некоторой степени с «Маяком 24». На общегосударственном уровне должна была остаться одна большая государственная радиостанция. «В 2006-2008 гг. была проведена серьезная реорганизация радиоканалов ВГТРК. «Радио России» остается главным каналом государственного холдинга, рассчитанным на самую широкую аудиторию» [Я. Н Засурский 2005: 330].

В настоящее время на волнах «Радио России» выходит более 160 передач, являясь абсолютным лидером среди всех радиостанций страны по совокупности и размеру страны. «Радио России» – единственная федеральная радиостанция общего формата, производящая все виды радиопрограмм – информационные, общественно-политические, музыкальные, литературно-драматические, научно-познавательные и детские.

Таким образом, «Радио России» это государственная массовая общественно-политическая радиостанция. Она является широкоформатной информационно-разговорной радиостанцией, с универсальной содержательно-тематической моделью. Использует всю палитру жанров и вещает по всей стране 24 часа в сутки для миллионной еженедельной аудитории.

§ 2. Социальные программы «Радио России»

Поскольку «Радио России» является массовым радио, соответственно оно придерживается концепции универсальности при выборе тем. Более 160 программ, из которых 30 авторских на «Радио России» позволяют

удовлетворить интерес всех возрастных категорий слушателей, в том числе за счет широкого охвата тем. Содержательно-тематическую направленность «Радио России» можно характеризовать как «всем обо всем».

Радиостанция «Радио России» относится к группе информационно-разговорных радиостанций. Так как множество своих передач «Радио России» делит на следующие классы: ток-шоу, интервью, музыкальные программы, познавательные, литературно-театральные, духовно-философские, развлекательные, спортивные и радиотеатр – и большую их часть составляют именно передачи информационные, затем – разговорные, и в меньшей степени – музыкальные.

Жанровое разнообразие вещания радиостанции определено большим количеством тем. На «Радио России» широко представлены все три группы жанров: информационные, аналитические и документально-художественные. Рассмотрим некоторые из них.

К информационным программам мы можем отнести, безусловно, «Вести». Каждый день, каждый час, первые 10 минут, в эфире «РР» звучат информационные выпуски, в которых рассказывается о наиболее значимых событиях в стране и за рубежом, а также репортажи корреспондентов «РР». Еще одним представителем информационно-развлекательного жанра в эфире служит программа «Разное время. Радиоканал», состоящая из разных тем, разного мнения, прямого включения и репортажей из всех уголков страны. Разные ведущие программы приглашают в студию гостей. Ведущими являются: Валентина Веретнникова, Дарья Мухина, Анна Дворецкова, Анатолий Круглов. Выходит по будням с 16:10. Программа «Хорошее начало» выходит на радио каждые субботу и воскресенье с 9 до 11 утра. На программу зовут гостей, общаются на актуальные позитивные темы. Ведущие канала – Екатерина Курицына, Дмитрий Желобков и Вадим Тихомиров. Во время эфира люди

могут позвонить на передачу и пообщаться с ведущими. Выходит в эфир и множество других сугубо информационных программ.

Аналитические жанры также широко представлены на «Радио России». Причем аналитика осуществляется по широкому спектру тем. Например, программа «Актуально», в которой обсуждаются главные темы дня, высказывают комментарии, а эксперты дают оценку по заданной теме. Ведущей программы является Елена Щедрунова, а политологом Игорь Шатров. Программа «Действующие лица» с журналистами Владиславом Борецким и Оксаной Подригой беседуют с лидерами общественного мнения, о наиболее важных и злободневных событиях культурной жизни в стране и мире. Программа «Завтра в мире» выходит в эфир уже более 10 лет. Гости передачи это изобретатели, инноваторы, учёные, врачи, представители так называемых институтов развития, футурологи и т.д. Говорят о персонифицированной медицине, новом образовании, робототехнике, системе всепроникающих инфраструктур, наноэлектронике, интернете вещей и технологической сингулярности. О том, что сегодня кажется фантастикой, а завтра, вполне вероятно, станет реальностью. Ведущая Лариса Катыхева. Программа «Шинель» анализирует проблемы вооруженных сил Российской Федерации, приглашая в студию высокопоставленных гостей из военных ведомств и давая слушателям возможность напрямую задать им вопрос по телефону. Автор и ведущий Галим Вергасов, а также военный корреспондент Александр Сладков. Есть и еще множество программ на «Радио России», выполненных в аналитических жанрах. «Стадион» это спортивные новости и главное аналитические обзоры спортивных журналистов, комментарии тренеров и специалистов. Выходит каждый день с понедельника по субботу в 22:10 по Московскому времени, а в воскресенье в 18:10 итоговый выпуск недели.

Художественно-публицистическая палитра на «Радио России» представлена не менее широко. В эфир регулярно выходят программы «Три сюжета с предисловием» (литературно-музыкальная программа Александра

Кукеса), «По обе стороны рампы» (рецензии на театральные премьеры от актеров, режиссеров и зрителей), «Игорный дом» (инсценированные страницы отечественной юмористики), «Радиосериалы» (чтение и постановки российской и зарубежной классики, детективов, фантастики в исполнении ведущих актеров) и д.р.

На Радио России существует множество авторских программ: «Мир российской усадьбы», «Музыкальная Европа», «Мы очень любим оперу», «От первого лица» и д.р. «Галерея мастеров» авторская передача Ильи Бузукашвили посвященная жизни Европы. Программа Андрея Светенко «История из Истории» рассказывающая о необычных историях из истории России. Самые интересные факты из мира истории в комментариях специалистов. Каждую среду в эфир «РР» выходит передача Николая Мамулашвили «Кавказский акцент». Программа познавательно-развлекательная. Автор рассказывает о народах Кавказа и, прежде всего, Кавказа Северного. Николай Мамулашвили беседует с гостями об истории Кавказа и о многовековой культуре, о понятии чести и бескорыстной дружбе, о беззаветной любви и преданности горцев, ну и, конечно же, о кавказской кухне. Авторская программа «Концертино» Ирины Ушановой представляет цикл программ для детей о юных исполнителях классической музыки. Программа знакомит с лучшими мировыми и российскими музыкальными школами, ведущими педагогами и их учениками.

Список музыкальных программ, которые выходят на сегодняшний день на «Радио России»:

- «Акустика» – программа живой музыки (ежемесячно – каждое четвертое воскресенье, с 20:10 до 21:10);
- «Экзотика» – авторское мнение о самой свежей, оригинальной и прогрессивной музыке (еженедельно по средам с 23:10 до 00:10);
- «Мюзик-холл» – все о лучших зарубежных и отечественных мюзиклах (еженедельно по пятницам с 23:10 до 23:35);

- «Высокое напряжение» (еженедельно по воскресеньям с 18:35 до 19:00);
- «Аурум» – «лютая, рок-н-рольная» программа о молодых исполнителях (еженедельно по субботам с 23:10 до 23:40);
- «Саундтрек» – авторская программа о музыке в мире кино (еженедельно по средам с 03:40 до 04:00);
- «Аэростат» – авторская передача, которая посвящена истории рок-музыки с 60-х годов XX века до наших дней (еженедельно по воскресеньям с 14:10 до 15:00) и д.р.

На сегодняшний день радио в России выполняет социальные функции в большей степени, чем телевидение. Конечно, нельзя не сказать, что это связано во многом с доступностью радио и значительный охват территории вещания. Часто проблемы, которые нужно решать, актуальны для конкретной местности и их решение возможно с помощью радиожурналистики.

На «Радио России» лидером по числу упоминаний, можно назвать социально-бытовую сферу жизни. Всех нас окружает быт, повседневность. Проблемы с увеличением цен жилищно-коммунальных услуг или продуктов питания, которыми мы пользуемся из-за дня в день. Людей волнует состояние больниц и качество медицины, дворы и места отдыха, так как это напрямую касается их. Журналисты «РР» рассказывают о транспорте, дорогах, социальном обслуживании, наличии мест в детских садах и обеспечении жильем детей - сирот, демографии и уровне жизни. Также на радиостанции популярна тема экономики, закона и правонарушений, политики, общественной деятельности, культуры, науки, истории жизни отдельных людей, спорта. Кроме того, сейчас поднята тема коррупции на федеральном уровне и эта тема на радио также отражается.

Передачи «Радио России», в которых в большей степени представлены социальные темы внутри программы:

1. «Актуально»;
2. «Вести»;

3. «Вечерняя смена»;
4. «Детский вопрос»;
5. «Завтра в мире»;
6. «Обрати внимание»;
7. «От первого лица»;
8. «Посоветуйте, доктор»;
9. «Разное время. Радиоканал»;
10. «Сигналы точного времени»;
11. «Шинель».

Рассмотрим все эти передачи на предмет наличия социальных тем за два года, а именно 2018-2020 включительно.

Ранее мы уже рассматривали передачу «Актуально», что она существует в информационном жанре и вещает о главных темах дня. Ведущими ее являются Елена Щедрунова и Игорь Шатров. Особенность данной передачи заключается в том, что она внутри себя поделена на несколько новостных блоках: «Итоги недели», «События, факты, комментарии», «Новости спорта», «Итоги года» и короткие выпуски по одной какой-либо теме. Ведущий практически всегда беседует с экспертом весь выпуск. Данная программа в большей степени вещает о внешней и внутренней политике и международных отношениях. Самое обсуждаемое: Трамп, США, Сирия, Украина, КНДР, Макрон. За два года в данной программе чаще всего представлены следующие социальные темы: медицина, эпидемия Covid-19, нестабильность валюты нефти, поправки в конституцию, экология, мошенничество, повышение цен на продукты питания и др, тема мигрантов, использование персональных данных, цены на бензин, положение рубля.

Программа «Вести» охватывает все социальные темы, которые мы рассматривали в теоретической части. Это объясняется тем, что данная программа является основой радиостанции и выходит каждый час, затрагивая не только новости политики и освещения событий в стране и мире, но и в большом количестве постановки существующих социальных тем.

Ведущие программы «Вечерняя смена» являются: Алла Волохина, Ольга Максимова, Вячеслав Коновалов, Дмитрий Чернов. Особенностью данной передачи можно считать ее внутренние рубрики: «События, факты, комментарии», «Коронный номер», а также выпуски, поделенные на отдельные темы. Например, в рубрике «Коронный номер», в передачу приглашаются только гости – музыканты с которыми беседуют ведущие. В «Вечерней смене» обсуждают информационный повод прошедшего дня, приглашая к пояснению какой-либо теме специалистов и экспертов. Основные социальные темы чаще всего поднимающиеся в передаче: образование, экономическое положение в стране, вопросы недвижимости, социальная ответственность автолюбителей, в большом количестве уделяется внимание медицине.

Программа «Детский вопрос» победитель Национальной премии «Радиомания». Передача является проектом «Радио России», которой уже 16 лет и вышло за все это время 430 выпусков радиожурнала. Особенность программы заключается в том, что деятельность проекта направлена на популяризацию идеи приемного родительства, формирование позитивного образа замещающей семьи, возрождение семейных традиций, привлечение внимания общественности, органов исполнительной власти, законодателей, представителей бизнеса к проблемам детей, сиротства; оказание помощи одиноким и больным детям; призвана содействовать увеличению количества семей, желающих принять на воспитание детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, оказывать консультативную поддержку семьям, уже воспитывающим приемных детей. Можем сказать, что передача сама по себе является социальной и темы, которые в ней поднимаются, только социальные.

Передача «Завтра в мире» выходит в эфир «Радио России» уже более десяти лет. Программа выходит еженедельно в 21:10 с ведущей Ларисой Катышевой. Особенность программы «Завтра в мире» заключается в том, что программа не о том, что было или произошло, а то что будет завтра. Гостями программы изобретатели, инноваторы, учёные, врачи, представители так называемых

институтов развития, футурологи. Журналисты в выпусках не «прямо» поднимают социальные темы, а рассказывают о каких-то нововведениях и как это повлияет в будущем: медицина, экология, образование.

Программа «Обратите внимание» познавательного характера. В эфире вещается достаточно рано в 6:30 утра, ведущем является Дмитрий Желобков. Особенность программы «Обратите внимание» заключается в том, что в ней рассматриваются в большом количестве вопросы бытового характера. Что означает, что данная передача ближе всего к слушателю, так как эти вопросы затрагиваются в его жизни каждый день. Социальные темы поднимающиеся в передаче: ЖКХ, благоустройство дворов и дач, образование, медицина и здоровье, кредитование, продукты питания.

Авторская программа «От первого лица» выходящая по субботам в 10:10 и 21:10 напрямую связана с социальными темами. Ведущая Наталия Бетхина говорит, что данная программа о жизни. О любви и нелюбви. О радостях и горестях. Об успехах и поражениях. О детях и стариках, словом – о жизни. Чтобы мы вместе думали о проблемах, которые волнуют нас – граждан нашей страны. Выпуски в среднем идут по тридцать минут. Чаще всего в программе за два года поднимаются следующие темы: образования, положение людей с ограниченными способностями в социуме, институт семьи, детская преступность и воспитание детей.

Передача «Посоветуйте доктор» выходит в прямой эфир с ведущей и автором Ольгой Копыловой в 13:10. Гостями программы являются только врачи-специалисты по всем направлениям медицины. Особенностью данной передачи является ее прямая тематическая направленность, так как главные темы касаются здоровья, прав пациентов, достижений науки.

«Разное время. Радиоканал» выходит в прямой по будням в 16:00. Четверо ведущих обсуждают актуальные новости России в разных форматах, особенно пользуется популярностью жанр репортаж. Основные социальные темы в

данной передаче это: пандемия коронавируса, жертвы домашнего насилия, экология, ремонт дорог, ЖКХ, образование, культура и образование в селах, проблемы людей с ограниченными способностями, жестокое обращение к животным.

«Сигналы точного времени» выходит с 7:00 до 10:00 с ведущими: Юрием Геворкяном, Дарьей Мухиной, Людмилой Шаулиной, Василием Белоусовым и Алексеем Певчевым. В эфире обсуждаются последние новости со слушателями и экспертами. Редакторами программы являются Жанна Кочнева и Елена Якубенко. Социальные темы затрагиваемые в «Сигналы точного времени»: экология, ЖКХ, образование.

Программа «Шинель» выходит в 21:10 раз в неделю, выпуски в среднем длятся тридцать минут. Автор и ведущий еженедельной программы на «Радио России», шеф-редактор студии «Авторская программа Александра Сладкова» телеканала «Россия-1» Галим Вергасов, член Союза журналистов города Москвы, а также с ним выходит в эфир военным корреспондентом Александр Сладков. Данная программа о военных, про актуальные проблемы вооруженных сил Российской Федерации. Особенность программы это ее узконаправленность. Гостями передачи являются высокопоставленные служащие военных ведомств, также ведущие принимают звонки слушателей в студию.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что на «Радио России» передачи отличаются по своей тематической направленности, но при этом в них поднимаются важные, схожие, даже можно сказать одинаковые социальные темы. Мы выяснили, что самыми часто обсуждаемыми темами являются: медицина, эпидемия Covid-19, образование, экология, ЖКХ, проблемы людей с инвалидностью, проблема дорог, дети сироты, отношения внутри семьи, политика внешняя и внутренняя, экономическое положение страны, детская преступность и воспитание детей, жестокое обращение к животным, кредитование, продукты питания, благоустройство дворов и дач и д.р То есть

на радиостанции «Радио России» нет тем, которые бы не поднимались в эфирах программ. Каждая социальная тема в равной степени обсуждаема. Поэтому далее мы проанализируем несколько социальных тем, на предмет их воплощения на радиостанции «РР».

§ 3. Виды социальных тем, средства и формы их воплощения в программах «Радио России»

В данном параграфе, мы анализируем несколько социальных тем, поднимающихся в одиннадцати программах рассмотренных выше. Временной период исследования составил промежуток времени с 2018 по 2020 год включительно. В качестве единиц анализа были выбраны эфиры, посвященные эпидемии Covid-19, ЖКХ, медицине, образованию.

Медицина занимает важное место в жизни каждого человека, так как все мы люди, и болеть нам свойственно. Данная социальная тема обсуждается практически во всех программах, что мы рассмотрели.

Так, например, в программе «Актуально» в выпуске за 03.05.18 года обсуждается проблема с сезонным появлением клещей и о том, что нужно делать, если вас укусили. Данный выпуск представлен в жанре интервью, потому что ведущий задает вопросы и обсуждает данную тему с Галиной Карагановой заведующей лабораторией Федерального научного центра исследований и разработки иммунобиологических препаратов им. М.П. Чумакова РАН.

Данная тема по степени охвата затрагивает практически каждого человека, так как в городах тоже есть парки и клещи. Хоть там и производится обработка. Но и на природу или дачу люди тоже выезжают. По времени существования данная проблема несет кратковременный срок, но выполняет важную информационную функцию для данного периода времени. А именно помочь человеку, рассказав, что делать в сложившейся ситуации и о чем нужно помнить, если вас укусил клещ.

В этом эфире ведущий, для раскрытия темы, не только беседует с экспертом, но и приводит сообщения людей попавших в такую ситуацию. «Нам пишут. Вчера укусил на даче клещ. Стал звонить в больницу. С ночи болит голова, место укуса покраснело. Насморк, резь в глазах. Звоню в 03, у меня спрашивают, почему вы решили, что вас именно клещ укусил? Такой замкнутый круг, человек не может ничего добиться. И получается можно сказать, что наши медицинские работники никак не реагируют на подобного рода звонки. Что делать?». Это сделано для того, чтобы у слушателей возникла эмоциональная связь, что с ним такое тоже может произойти, тем самым заинтересовать его. Далее он будет слушать внимательнее. К тому же, на этот вопрос сразу же поступает ответ. Весь текст сообщения слушателя, ведущий проговаривает быстро, так как оно достаточно длинное. Но замедляет речь и делает интонацией акцент на «Почему вы решили, что вас именно клещ укусил?». Так он привлекает внимание, на еще одну внутреннюю проблему, почему медицинские органы, так реагируют на вопросы людей про укусы клещей и почему так.

Рассмотрим выпуск этой же передачи за 14.02.19 год под названием «Минздрав сообщил о планах полностью искоренить аборты» идущий в эфире не более пяти минут. Данный выпуск относится также к жанру интервью. В студии Дмитрий Чернов беседует по связи с врачом-гинекологом Борисом Лордкипанидзе. Речь в выпуске идет о том, что Минздрав России планирует вдвое сократить число абортов за ближайшие шесть лет, однако в ведомстве считают невозможным полное их исчезновение.

По степени охвата данная социальная тема является локальной. Так как затрагивает жизнедеятельность определенной социальной группы, а именно женщин. Данная проблема является вечной.

Аборты делали еще в самые ранние века. В современном мире это считается уже нормой. «Сокращение количества абортов – работа чрезвычайно кропотливая, – единого рецепта не существует, – замечает эксперт. – И здесь в первую очередь необходимо работать с молодежью: когда ставятся задачи,

направленные на людей с уже сложившимся менталитетом, с этими людьми работать сложнее, чем с молодыми. Переубеждать всегда сложнее, нежели закладывать на базовом уровне представления об опасности этой процедуры». Задача данного выпуска не замалчивать данную социальную тему, сказать об опасностях операций, привести для наглядности настоящий процент женщин, которые передумали делать аборт. «Насколько сложно убедить женщину, решившуюся на аборт, не делать этого? Сложно, – считает эксперт. – И консультации здесь помогают мало. У женщины есть достаточно времени с момента, когда она убеждается, что беременна, до принятия решения. Поэтому эффективность попыток убеждения отказаться от операции – не более двадцати процентов от всего количества женщин, решившихся на аборт».

Сравним, как подается тема медицины на узконаправленной передаче «Посоветуйте, доктор». Рассмотрим выпуск за 10.02.18 года под названием «Профилактика и лечение заболеваний носа» с автором и ведущей Ольгой Копыловой. Выпуск идет достаточно долго, тридцать минут.

Ведущая начинает эфир с приветствия и необычной истории, подводящей к теме рефлекторной связи слизистой носа с жизненно важными органами. «В начале двадцатого века в Англии произошла серия загадочных убийств. Как потом выяснилось, совершены они были на основе знаний в области рефлексологии. Британский серийный убийца Джозеф Смит утопил в ванне трех своих жен с целью завладеть их состоянием. Признаков насильственного утопления на теле жертв не было и предъявить ему обвинения не могли. Тогда судебный медик того времени Бернад Спилсбери занялся медицинской стороной этого дела. Была проведена экспертиза, где чуть не погибла профессиональная пловчиха. Спилсбери удалось выяснить, что все жены Смита умерли от внезапной остановки сердца. Причина – мгновенное проникновение воды в полость носа, срабатывал момент неожиданности». Приведенный исторический факт заинтересовывает слушателя необычной историей. В отличие от программы «Актуально», здесь следует маленькая история из прошлого. «Актуально» не может позволить себе такого, в

программе идет приветствие, четкая постановка темы и представление собеседника. Почему именно так, мы сделаем вывод позднее. Как состояние носоглотки отражается на работе легких, сердца, желудка, половых органов? Как различные запахи влияют на здоровье? Профилактика и лечение заболеваний носа, в том числе вазомоторного ринита обсуждает ведущая с доктором медицинских наук, профессором кафедры оториноларингологии Северо-Западного медицинского университета им. И.И. Мечникова, заместителем директора Санкт-Петербургского института уха, горла, носа и речи, главным отоларингологом Северо-Западного федерального округа Сергеем Валентиновичем Рязанцевым. Данная проблема с дыхательными органами касается каждого. Даже самый банальный насморк, может привести к серьезным осложнениям. Задача журналиста в выпуске рассказать о проблеме, о серьезности отношения к своему здоровью на легкой стадии простуды. Речь ведущей не такая быстрая, как в программах «Актуально», это связано с дающимся временем на эфир, так как «Посоветуйте, доктор» идет в три раза дольше. Поэтому и не может быть такой длинной вступительной части у передачи «Актуально».

Рассмотрим еще один выпуск программы за 04.09.18 года под названием «Летняя аллергия на пыльцу растений и укусы насекомых». Ольга Копылова начинает выпуск, идущий более тридцати минут с такой цитаты. «В жаркие летние деньки, когда большинство из нас забывает о насморке, – на улице, в метро, на службе появляются чихающие и сморкающиеся люди. Больше всего они похожи на простуженных, однако причина здесь, как правило, в другом. Стартующее с первыми весенними лучами солнца аллергическое заболевание «поллиноз» омрачает жизнь пятой части населения земного шара». Таким образом, ведущая сразу ставит в известность слушателей о какой проблеме пойдет речь. Выпуск проходит в жанре интервью с врачом аллергологом-иммунологом, доктором медицинских наук, ведущим специалистом Института иммунологии ФМБА России Татьяной Германовной Федосковой.

Проблема, посвященная сезонной аллергии, касается, чуть ли не половины земного шара. Здесь слушателям помогают решить вопрос, что нужно сделать, чтобы не попасть в контакт с аллергенами, пылью и со всеми производными трав, насекомых, даже семечками козинака или душистых добавок для ванн. Что нужно задуматься, о том, что если у вас есть аллергия, она может передаваться генетически вашим детям. В основном в выпуске рассказывает специалист, но ведущая не только задает вопросы, но и тоже поддерживает тему. В программе «Посоветуйте, доктор» большое количество времени уделяется какой-либо медицинской теме, что помогает ее раскрыть со всех сторон. Программа «Актуально», такого себе позволить не может, поэтому так ставит проблемы медицинского характера, чтобы слушатели могли четко ее увидеть, понять ее решение. Но и важно отметить, что программа не зря названа «Актуально», в ней рассматриваются те темы, которые произошли или будут происходить в будущем. Поэтому все две программы раскрывают медицинскую тему так, как предусмотрено именно для их формата.

Теперь рассмотрим тему медицины в передачах 2020 года, а именно коснемся нового вируса COVID-19, который сначала захватил Китай, потом стал распространяться по всему миру. В настоящее время эпидемия коснулась всех в разной степени. Данная социальная тема является глобальной. На «Радио России» она поднимается и обсуждается во всех программах, поэтому нельзя ее не коснуться. В программе «Разное время. Радиоканал» от 26.05.20 ведущие на «удаленке» Анатолий Круглов и Дарья Мухина общаются с корреспондентом из Омска Валерием Филимоновым около восьми минут. Темой разговора стало то, что глава Калачинского района Омской области ввел карантин в деревне Стародубка, где коронавирусом заболели семь местных жителей. После приветствия со слушателями Анатолий Круглов, рассказывает историю об оспе, которая унесла множество жизней, а в деревнях тогда и не знали, как она распространяется. Журналист действует на аудиторию через образы, давая сравнить настоящую ситуацию в мире. Подается информация в выпуске через жанр интервью. «То есть они вводят меры о которых никто

ничего не знает?» Слова ведущего акцентируют внимание на работу государственных служб. Другими словами, открыто говорит на тему, без какой-либо цензуры.

Рассмотрим данную тему эпидемии в этой же программе за 27.05.20. Дарья Мухина и Александр Хабургаев в тридцати минутном выпуске беседуют с ведущим научным сотрудником Высшей школы организации и управления здравоохранением, кандидатом медицинских наук Андреем Васильевичем Рагозиным и корреспондентом Иваном Волохиным. Темой разговора стало то, как переживают эпидемию сельские жители, отрезанные от внешнего мира. Как и что должно измениться в региональной медицине после окончания пандемии. Тема освещается в двух жанрах, сначала в жанре интервью, а после они вместе со зрителями слушают специальный репортаж Ивана Волохина «Рыцари в белых халатах». В репортаже врачи рассказывают, как происходит их работа в селах. После прослушивания, Александр Хабургаев говорит: «Напомнить небезызвестную цитату, о том, что в России за десять лет меняется все, а за двести лет ничего. Если взять сейчас томик Булгакова, почитать его «Записки врача», то, в общем-то, тоже самое здесь все и будет. И, конечно, хотелось бы, чтобы изменилась эта тенденция». Таким образом, ведущий подводит вывод к прослушанному репортажу. В выпуске поднимается еще одна проблема, что врачам идти работать в село не так выгодно. Жилье дается не такое большое, как хотелось, инфраструктура больниц в плачевном состоянии по сравнению с городскими больницами. Поэтому ведущий предлагает такое решение проблемы. «Вам не кажется, что пора запускать национальный проект, который будет называться деурбанизация. Потому что это единственное сейчас, что может спасти страну. Это спасет демографию и в том числе, потому что люди не будут размножаться в однокомнатной квартире, а в доме всегда можно сделать пристройку. Также в этом проекте включить как раз и медицинскую составляющую. Что медику в селе сразу строить дом, где будет и приемная и его жилье, выдавать машину и т.д.». По степени охвата данная тема является системной, так как требует

структурных преобразований в обществе и государстве. По характеру данную тему можно считать профессиональной, потому что затрагивает напрямую медицинских работников и состояние больниц в селах. Задача выпуска не допустить замалчивание проблемы, чтобы люди и власть не забывали о текущей ситуации за чертой города.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что в большей степени тема медицины представлена на «Радио России» в жанре интервью. Так как никто кроме узконаправленных специалистов медицины не ответит точно на поставленные вопросы. Тема получает свое раскрытие посредством детального изучения в эфире, журналист практически всегда дает ей оценку, помогает направить мысли слушателя на решения проблемы, либо самому ее озвучить.

Далее рассмотрим, как воплощается тема ЖКХ в программах «Радио России». Первый выпуск возьмем из программы «Актуально» за 05.02.19 год под названием «Россиян пообещали избавить от «поверочного рабства» со счётчиками». Выпуск с ведущим Дмитрием Черновым идет не более пяти минут в жанре интервью. Журналист вначале поясняет слушателю, о чем будет идти речь в эфире. «Росстандарт планирует внести в Госдуму законопроект, который избавит россиян от забот по проверке правильности работы счётчиков воды и обязанности проводить их поверку. Об этом заявил глава федерального агентства Алексей Абрамов в интервью «Российской газете». По мнению чиновника, поверка счётчиков должна находиться в компетенции соответствующих служб». В его словах уже есть вывод к происходящему, оценку которому дает не он сам, а цитируя главу федерального агентства. Данная тема касается каждого человека имеющего проведенное водоснабжение. На связи с корреспондентом беседует исполнительный директор НП «ЖКХ Контроль» Андрей Костянов. Дмитрий Чернов выделяет: «В конце 2018 года В. Путин подписал закон, утверждающий правила установки «умных» счётчиков, и с 1 июля 2020 года потребитель больше не обязан использовать прибор учёта, информировать кого-либо о его поломке и устанавливать новый. Это, мне кажется, очень важный момент. Сажу я дома, у

меня сломался счётчик воды, и я совершенно не понимаю, что происходит. Пишу в своей графе 0-0-0. Я расходую воду, а счётчик ко мне никто устанавливать не приходит, потому что я не обязан информировать кого-либо. Как всё это будет работать?». Здесь журналист своим выдуманным примером ситуации, дает слушателю почувствовать на себе конкретную проблему, с которой он может столкнуться. После того как Андрей Костянов отвечает на вопрос, журналист останавливает его и говорит: «Стойте, счетчики воды нельзя назвать умными счетчиками? Если разница в терминах только». Тем самым он хочет сделать уточнение, для того, чтобы слушатель точно понял информацию эксперта.

Теперь рассмотрим другой выпуск от 07.05.20 информационно-развлекательной программы «Разное время». Ведущие Анатолий Круглов и Дарья Мухина вещают двадцать четыре минуты о том, будут ли расти тарифы ЖКХ. Данный эфир является интервью. Так как в студии журналисты беседуют со своим коллегой Марией Рудаковой из города Барнаул и исполнительным директором некоммерческого партнёрства ЖКХ «Контроль» Светланой Разворотневой. Ведущая Дарья Мухина задает вопрос приглашенному эксперту ЖКХ: «Получается, что в некоторых регионах будут расти тарифы, как например, в Барнауле, а в других нет, как в Челябинске. Скажите с чем это связано?» Данный вопрос подводит черту к обсуждению повышения тарифов с корреспондентом из Барнаула, и теперь выяснить, почему же так. Но коллега и соведущий Анатолий Круглов, перебивает ее и задает свой вопрос: «Хотелось бы уточнить, а с чем связано, то что в регионах растут тарифы, а при этом вице-премьер говорит о том, что тарифы не планируется повышать?» Можно сказать, что здесь произошла конкуренция за вопрос, чем смогла дезориентировать слушателя в получаемой информации, запутать его мысли, скажем, если он при этом ехал на машине. Конечно же, ведущие делали это не намеренно, а лишь хотели узнать подробности и добиться уточнения. Но интервью далее идет плавно, эксперт отвечает на каждый вопрос. Кроме обсуждения повышения цен на тарифы, обсуждается и

проблема платежей коммунальных услуг во время пандемии. В марте этого года больше людей оплатило коммунальные платежи, что составило прирост на 5,5 %. Но в связи с самоизоляцией в апреле, так же резко упали. Также Анатолий Круглов поднимает в эфире еще одну проблему: «Вышел у нас житель нашей большой страны выбрасывать мусор и обратил внимание, что подъезд у него не моется, а только обрызгивается дезинфицирующим средством. Крысы значит, у него из подвала повылезали, потому что уборка не проводится. Так как кроме обработки специальными средствами дезинфекции, больше ничего не делают работники ЖКХ. Может ли он сегодня добиться, чтобы управляющая компания выполняла те услуги, за которые он все-таки платит?» С данной ситуацией в нашей стране сейчас столкнулось, также немало людей и эта тема поднимается как раз вовремя. Задача, выполняемая журналистами в эфире это дать полную информацию о нынешнем состоянии, разобраться, почему так.

Так же рассмотрим выпуск этой же программы за 01.03.19 под названием «Должники по ЖКХ». Выпуск проходит также в жанре интервью и длится около двадцати минут. Крупнейшая водоснабжающая компания Самары распространила информацию о должниках за холодную воду и водоотведение. В список попали адреса, за которыми числится долг свыше 5000 рублей. Таких на конец февраля в городе насчитывалось почти двадцать восемь тысяч. Для того чтобы разобраться в сложившейся ситуации на связи со студией корреспондент «Российской газеты» Анна Шепелева из Самары. Кроме этого в Самаре был составлен топ-50 крупнейших неплательщиков среди УК и ТСЖ, чей долг превышает полмиллиона рублей. Так, разговор ведущих переходит на то, законно это или нет. Что список должников вещают на подъезды и не только. «Раньше и наклейки наклеивали на двери должников. Здесь живет должник», - рассказывает Дмитрий Круглов. Дарья Мухина также напоминает всем «о самарском лазерном шоу». Что уводит разговор в другое русло в обсуждении уже самой деятельности ЖКХ.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что тема ЖКХ обсуждается очень развернуто, в жанре интервью, так как полную картину происходящего сами журналисты не всегда могут прокомментировать, как это может сделать эксперт. Обсуждают тему простым языком, можно сказать «на пальцах», для того чтобы каждый смог понять к примеру систему платежей. Речь журналистов достаточно быстрая в озвучивание вопросов приглашенным экспертом. Но когда они сами подводят какой-либо вывод или рассказывают историю для примера, речь их становится плавной, не быстрой.

Проблема образования сейчас довольно остро сейчас стоит в нашем обществе. На данный момент самые часто задаваемые вопросы связаны с дистанционным обучением в связи с пандемией Covid-19. Ведь все учреждения, осуществляющие обучения школьников и студентов переведены на систему дистанционного обучения, что для нашей страны и системы образования является само по себе своеобразной новинкой в системе обучения. В связи с этим среди как педагогов и родителей, так и специалистов в сфере образования возникают вопросы и споры, которые требуют разрешения и объяснения. Так, например, в эфире от 26.03.2020 передачи «Вечерняя смена» журналисты Дмитрий Чернов и Ольга Максимова в формате интервью ведут разговор с Николаем Ягодкиным, основателем Центра образовательных технологий AdvAnce.

Данная проблема по источнику возникновения может считаться явлением случайного характера, а по времени существования ситуационной, в связи с неожиданным появлением пандемии во всем мире. По степени охвата эта проблема является институциональной, так как связана с системой образования в нашей стране. В данной программе журналисты делают упор на получение информации, которая может помочь слушателям на данный момент определить, как им подтолкнуть своих детей к эффективному дистанционному обучению. Ведущий Дмитрий Чернов не проявляет особого интереса к текущей деятельности и принципам обучения Центра образовательных технологий, основателем которого является интервьюируемый Николай

Ягодкин, а переводит диалог на тему более насущных проблем, возникших у родителей: «Как объяснить ребенку, что домашнее, дистанционное обучение, это та же самая школа, только твой класс сидит у тебя в компьютере?». Этот вопрос, возможно, является наиболее популярным на данный момент среди родителей и, задавая его, журналист моментально притягивает внимание слушателя, желающего получить ответ. После ответа Николая Ягодкина, Дмитрий Чернов озвучивает свое мнение по этой теме на основе своего собственного опыта, говоря в какой-то степени от лица всех родителей, представляя, по сути, голос общественности.

Консерватизм о понятиях внешнего вида и стиля в одежде в современном обществе в наши дни постепенно исчезает. Тем не менее, в некоторых сферах нашей жизни - сфере образования в частности, давно сложились принципы и понимание того, как должен выглядеть ученик школы. Однако, эти принципы не закреплены нормативно, потому часто встречают сопротивление в лице молодых людей и девушек, стремящихся быть уникальными и выглядеть особенно. Это нередко порождает споры и конфликты между такими учениками и педагогами, а так же родителями школьников. Данный вопрос поднимался в эфире передачи «Актуально» от 30.11.2018, в которой ведущий Дмитрий Чернов провел небольшое интервью с заслуженным учителем России, член-корреспондентом Российской академии образования Евгением Александровичем Ямбургом.

Данная проблема обусловлена культурным явлением, по времени существования ситуационная, так как подобные случаи не возникают постоянно и повсеместно. По степени охвата данная проблема локальная, так как в неё включаются только отдельно взятые школы и их ученики. В рассматриваемой нами программе Дмитрий Чернов рассказал о школьнице, которая покрасила часть волос в синий цвет, вызвав тем самым скандал среди педагогов и родителей. Данная проблема не часто встречается в современном обществе и вполне способна заинтересовать слушателя своей уникальностью. Журналист задает вопрос: «Какой совет можно дать людям, если подобные

гонения на цвет волос происходят в школах? Как найти в этом случае общий язык между школьной администрацией и родителями? Не стричь же ребёнка налысо?».

Объективно верный ответ на подобный вопрос невозможно услышать от преподавателей школы, в которой нет детей, чей внешний вид может быть вызывающим по мнению консервативных педагогов. Но так как вопрос задается в присутствии заслуженного учителя РФ слушатели, у которых он может возникнуть, определенно обратят внимание на эту тему. Ведь школы по сути своей не могут не принимать во внимание прогресс и смену поколений. Среди педагогов акцент должен быть поставлен на рассмотрение и работу со знаниями и умениями учеников, а не их внешний вид. И именно в таком ключе отвечает Е.А. Ямбург. Журналист не пропускает мимо себя долю юмора, идущую в ответе, и искренне посмеивается, поддерживая мнение Е.А. Ямбурга. Получив такой ответ, журналист хочет прояснить некоторые тонкости, уточняя «Но в итоге страдает ребёнок?». Тем самым давая слушателю возможность получить более полную информацию о способах решения данной проблемы в стенах таких учебных заведений как школа.

В сфере образования в качестве одной из социальных проблем может быть выделена готовность и способность детей и родителей адаптироваться к выпускным экзаменам после окончания одиннадцатого класса. Данная проблема связана со способом проведения ЕГЭ и процесса подготовки к ним. С каждым годом правила всё сильнее ужесточаются и становятся более пугающими для выпускников школ. И это не может не сказываться на их социальной жизни и отношении к системе образования в целом. Это может повлечь за собой последствия в виде воспитания будущих поколений. А именно - непринятию получения образования и негативному отношению к системе образования в целом.

Эта тема обсуждается в эфире программы «Сигналы точного времени» от 14.04.2020. Ведущие Юрий Геворкян и Людмила Шаулина на основе опроса среди школьников, касающегося отмены ЕГЭ проводят интервью с

Всеволодом Луховицким, сопредседателем межрегионального профсоюза работников образования «Учитель».

Данная проблема по источнику возникновения может считаться закономерной, так как в конце обучения школьникам предстоит сдача выпускных экзаменов, по времени существования данная проблема является долговременной, так как ЕГЭ проводится в течение многих лет. Степень охвата проблемы – институциональная, так как связана с системой образования. «За последние 10-12 лет большинство учителей привыкли к факту, что ЕГЭ должен существовать, большинство родителей к этому формату тоже привыкли. Отменять сам по себе ЕГЭ сейчас нельзя. Другое дело, что необходимо менять его содержание по отношению ко многим предметам, и, самое главное, менять унижительную и издевательскую процедуру его сдачи, при которой каждый год перед ЕГЭ начинаются срочные консультации с психологами, психоневрологами, психиатрами у детей, учителей и родителей» именно так высказывается Всеволод Луховицкий. Людмила Шаулина подкрепляет слова эксперта, рассказывая о том, что её сын, ученик одиннадцатого класса очень много времени проводит за решением вариантов экзамена. Журналистка в своих словах выражает обеспокоенность и замешательство в создавшейся ситуации, чем вызывает сопереживание слушателей, которым данные обстоятельства знакомы. Так же Всеволод Луховицкий считает, что ЕГЭ необходимо проводить «Не тратя на это дополнительные гигантские средства, потому что прекрасно умеют наши руководители придумать какие-то новые технические приспособления, на которые надо потратить несколько миллиардов». Однако, Юрий Геворкян неверно воспринимает данное высказывание, высмеивая его: «Зачем нам эти технические приспособления, как учились в 16 веке, так и будем учиться», данное высказывание может быть в некотором смысле катализатором для начала дискуссии, к которой могут прибегнуть как ведущие и эксперт, так и просто слушатели радиостанции друг с другом.

Существует в сфере образования и ещё одна проблема – проблема актуальности предоставления информации в учебных заведениях и желании детей посещать школы. Зачастую, школьникам гораздо проще найти и прочитать, либо просмотреть информацию в сети Интернет, чем сидеть на уроке в школе и слушать учителя. Это приводит нас к тому, что ученики школ зачастую не видят смысла в посещении учебного заведения и предпочтут пропустить уроки, потратив время на прогулку, либо проведения учебного дня за компьютером. Данный вопрос поднимается в эфире программы «Завтра в мире» от 17.01.2018, которую ведёт Лариса Катышева. В данной программе она проводит интервью, касающееся вопросов образования в будущем, с Максимом Прохоровым, менеджером по работе с партнёрами NEC Display Solutions Russia в России.

Данная проблема по источнику возникновения может считаться закономерной, так как наше общество быстро идет по пути научно-технического прогресса и всё новые и новые решения различных вопросов нашей жизни находят свое воплощение в технологиях. По времени существования данная проблема является кратковременной, так как человечество только вышло на современный этап технического прогресса. По степени охвата данную проблему можно причислить к глобальной, так как весь мир связан с собой различными технологиями по типу сети Интернет.

В связи с тем, что доступ к любой информации может быть обеспечен посредством использования, так называемой, мировой паутины Лариса Катышева высказывает следующее: «Кстати, это очень важная тема – тема неприсутствия в классе. Потому что, если когда-то учитель, был единственным носителем учебной информации, если ты рядом с учителем, ты от него можешь что-то услышать, а если ты не присутствуешь в классе, то всё пропустил. Сейчас присутствие в классе – это, наверное, больше вопрос социализации? ». Ведущая делает громкий акцент на слове “неприсутствия”, из чего слушатель может сделать вывод о том, что данная проблема актуальна для неё самой. Так же ведущая дважды повторяет слово “учитель”, своеобразно

показывая уважение к представителям данной профессии. Далее, к концу своего вопроса её интонация становится более спокойной и приобретает грустное звучание. В наши дни данными вопросами задаются всё больше и больше родителей, которым важен вопрос социализации и контактов их детей со сверстниками. В виду отсутствия решения данной проблемы в среде школ слушатели, возможно, задавали бы этот вопрос специалисту с такими же интонациями в голосе.

Для некоторых регионов нашей страны свойственна ещё одна социальная проблема, которая может быть связана с системой образования. Это проблема разобщенности и низкого уровня сплоченности населения. В нашей стране довольно редко можно встретить общественные организации, которые были собраны из добровольцев-родителей и хотят как-то влиять или контролировать процесс обучения их детей в школах. Подобная проблема поднимается в эфире передачи «Разное время. Радиоканал» от 12.02.2018, которую ведут Марина Артамонова и Дмитрий Желобков, берущие интервью у Ольги Улитковой, председателя Ассоциации родительских комитетов и сообществ России.

Данная проблема по источнику возникновения может считаться проблемой культурного или социального характера. Жители нашей страны с большой неохотой идут на тесный контакт с посторонними людьми и редко объединяются в общественные организации пусть и для однозначно правильных целей в деятельности такой организации. По времени существования данную проблему можно отнести к долговременной, так как из-за смены менталитета после распада СССР подобные трудности возникают на протяжении десятилетий. По степени охвата эта проблема считается локальной, так как связана с гражданами только нашего государства.

Марина Артамонова зачитывает следующий комментарий, попавший в эфир передачи: «Родители чаще всего платят и сдают деньги на так называемые поборы, в так называемые фонды школы, они просто не хотят, чтобы у ребенка были проблемы, хотят, чтобы он нормально доучился. Вот что делать? Что вы посоветуете?» Журналист делает особый акцент на словах “так называемые”,

давая этому словосочетанию негативную окраску. Так же она употребляет слово “вот”, и это может слушателя натолкнуть на мысль о том, что данная проблема знакома журналисту, так как ранее она упоминала двоих своих детей, данный факт вызывает дополнительный интерес к получению ответа на такой вопрос. После подробного комментария от Ольги Улитковой, в котором она призывает родителей объединяться в общественные комитеты и стремиться к решению подобных проблем Марина Артамонова произносит «Спасибо Вам большое» на повышенных тонах, что может показать слушателю озабоченность журналистом данной проблемой.

Социальные проблемы могут проявляться и в сфере образования, ведь они в любом случае связаны на взаимодействии людей друг с другом.

Посредством разбора нами эфиров «Радио России» можно сделать вывод, что огласка и решения проблем проходят с экспертами преимущественно в жанре интервью, в котором и сами журналисты дают оценку и окраску возникающим вопросам, а длительность таких эфиров завязана на важности и остроте каждой отдельно взятой социальной проблемы.

Вывод по второй главе

Таким образом, на основе всего рассмотренного нами материала во второй главе мы провели анализ деятельности «Радио России» в целом и отдельно взятых программ в частности. Мы подробно разобрали типологию как само понятие. Провели подробный типологический анализ «Радио России» и постарались дать наиболее развернутую характеристику деятельности радиостанции. Нами был изучен репертуар «РР», выделены наиболее востребованные и популярные программы, которые тесно связаны с социальной проблематикой и социальными проблемами. Мы указали и расписали характеристики программ, время их выхода и описали материал, с которым выходят в эфир выпуски этих передач. Так же нами были подробно рассмотрены отдельно взятые выпуски программ, в которых поднимаются социальные проблемы. Был проведен анализ поведения ведущих, стиль подачи

материала и сам уровень освещения и представленности проблем, которые в любой момент времени будут актуальны в нашей стране. Так же, мы определили весь путь становления и развития «Радио России» на территории страны. Рассмотрели, и дали характеристику различным программам в эфире данной радиостанции, и, на основе проведенного анализа можно сказать о том, что «Радио России» - это государственная массовая общественно-политическая радиостанция. Она является широкоформатной информационно-разговорной радиостанцией, с универсальной содержательно-тематической моделью. Использует всю палитру жанров и вещает по всей стране 24 часа в сутки для миллионной еженедельной аудитории.

Заключение

В данной выпускной квалификационной работе нами было подробно рассмотрено, как социальные темы и проблемы находят своё воплощение на волнах радиостанции «Радио России». В качестве материала для исследования мы рассмотрели самые популярные программы, в которых фигурирует представление социальных проблем. Так как целью нашего исследования было выявление воплощения социальных тем на «Радио России» в работе были решены поставленные перед нами задачи. В первой, теоретической главе данной ВКР мы изучили понятие «социальная тематика», используя научную и справочную литературу, а так же затронули историю «РР» и принципы работы радиостанции. Мы подробно рассмотрели теоретическую деятельность журналистов, их способы и подход к написанию и выпуска материалов, а так же изучили путь становления «Радио России» от самого основания до наших дней. Во второй главе данной работы нами была проведена практическая работа с материалами, представленными на «РР», связанных с социальными проблемами. В частности, чтобы облегчить понимание деятельности радиостанции нами была дана её широкая типологическая характеристика. Мы провели подробный анализ программ, которые звучат в эфире радиостанции и выделили те, в которых чаще всего находят своё отражение социальные проблемы. Мы выделили и рассмотрели наиболее популярные и острые социальные проблемы в связи с их актуальности в наши дни. Для их более широкого понимания и рассмотрения в работе описаны и проанализированы жанровые и оформительские особенности, а так же индивидуальные подходы ведущих к раскрытию социальных тем. В конце каждого анализа и второй главы в целом нами подведены итоги того, какими способами и средствами на радиостанции «Радио России» происходит освещение и способы решения социальных проблем, которые регулярно возникают в нашем обществе, независимо от их масштабов и положения на карте нашей страны.

Подводя итоги в данной выпускной квалификационной работе, можно сказать, что социальные темы и социальная проблематика широко и часто освещаются в эфире «Радио России», а их виды четко сопоставлены с форматом программ, в которых они рассматриваются. Все указанные нами проблемы, так или иначе, встречаются в нашем обществе и имеют высокую актуальность при обсуждении в эфире. В противном случае, радиостанция «Радио России» не была бы столь популярной и не прослушивалась миллионами людей в нашей стране.

Список используемой литературы

- 1) Акопов А.И. Некоторые вопросы журналистики: история, теория, практика : (Публикации разных лет) / А. И. Акопов. - Ростов н/Д : Терра, 2002 (Тип. ООО Терра). - 367 с.
- 2) Албегова, И. Ф. Социология социальных проблем как инновационное научно-практическое направление исследования современного российского общества / И. Ф. Албегова // Вестник социально-политических наук. — 2007 — № 7 — С. 5–8.
- 3) Бережная М.А. Социальные проблемы в фокусе ТВ : учеб. пос. / М. А. Бережная. — СПб.: Высш. Школа журналистики и мас. коммуник. СПбГУ, 2017 — 192 с.
- 4) Бондаревская М.А. Особенности создания журналистского текста на социальную тематику // Знак: проблемное поле медиаобразования. –2015. – No1(15). –С. 57–58.
- 5) Барабаш Д.С., Болотова Л.Д. и др Радиожурналистика : Учебник для вузов; Под ред.А.А.Шереля. - Москва : Издательство Московского университета, 2000. - 478 с. - Библиография: с.475-476.
- 6) Бобров А. А. Обществу и человеку. Журналистика в социально-культурной сфере.: учебное пособие для курса «Журналистика в социально-культурной сфере» / М.; Берлин: Директ-Медиа, 2017. – 187 с.
- 7) Демина И.Н.Сущность экономической журналистики. Журнал «Известия ИГЭА». 2011. № 1 (75).
- 8) Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста: учебник и практикум для академического бакалавриата / И. М. Дзялошинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. с 57
- 9) Давыдова С.В. LINGUA MOBILIS Научный журнал №2 (28) 2011
- 10) Горохов В.М. Закономерности публицистического творчества: Пресса и публицистика. - Москва : Мысль, 1975. - 190 с.
- 11) Гессен М., Назари М. По жизни: пособие по социальной журналистике. М.: Юнисеф, 2002, 432 с.
- 12) Зацепина, И.А. Понятие социальных проблем и их отражение в масс-медиа / И.А. Зацепина // Университетский комплекс как региональный центр

образования, науки и культуры: материалы Всерос. науч.- метод. конф. Т. 25. Современ. проблемы массовых коммуникаций. – Оренбург, 2010. – С. 3

13) Зарубина Ю.Н. Социальные проблемы современного общества : учебно-методическое пособие / Ю. Н. Зарубина, Е. А. Серова ; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. — Ярославль : ЯрГУ, 2018 — 36 с.

14) Зверева Н.В. Школа тележурналиста. - Нижний Новгород: Издательский дом Минакова, 2009 - 272 с.

15) Засурский Я.Н. Система средств массовой информации России Учебное пособие для вузов М.: Аспект Пресс, 2001

16) Засурский Я.Н., Шкондин М. В., Алексеева М. И., Вартанова Е.Л. Средства массовой информации России Москва: Аспект-Пресс, 2005, серия "Классический университетский учебник", 383 с.

17) Иванян, Р.Г. Журналистика и социальная работа: природа и опыт институционального взаимодействия: Россия, конец XX – начало XXI веков: дис. канд. пол. наук / Р.Г. Иванян. – СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет, 2007. – С. 26.

18) Ильенко Н.М. Влияние интонационной выразительности речи СМИ на формирование мелодики речи младших школьников / Н. М. Ильенко // Русский язык в современном медиапространстве : междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 23-26 сент. 2009 г. : сб. науч. тр. / Федер. агентство по образованию, РОПРЯЛ, БелГУ ; отв. ред. А.В. Полонский. - Белгород, 2009. - С. 60-67.

19) Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. с 170(2) Уроки журналистики 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов с 68 (3)

20) Корконосенко С.Г. Социология журналистики М., 2004. С. 92.

21) Ким М.Н., Жанры современной журналистики / - СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2004 (ОАО Техническая книга). - 335 с.

22) Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. М.: Высшая школа, 2002, 393 с.

- 23) Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров.//творческой деятельности журналиста. СПб., 2000, 68 с.
- 24) Корконосенко С.Г. Основы теории журналистики: Учеб. пособие. СПб., 1995., 322 с.
- 25) Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекста. — СПб.: Питер, 2011. — 400 с: ил.
- 26) Киселев А. Г. Теория и практика массовой информации. Подготовка и создание медиатекста. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с.:ил.
- 27) Ключев Ю.В. Радиовещание Ленинграда-Петербурга: Организационная структура, проблематика, эволюция форм и жанров: Дис. канд. филол. наук. СПб., 2001. С. 94.
- 28) Колесниченко А.В. Практическая журналистика. Учебное пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008.
- 29) Лазутина Г. Параметры журналистского текста // Журналист. 1997. № 8. С. 62–64.
- 30) Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Современная местная газета: типология, особенности функционирования и перспективы развития. Учебное пособие. — СПб., 2011. — 130 с.
- 31) Мисонжников Б. Я. Введение в профессию: журналистика : учебное пособие для среднего профессионального образования / Б. Я. Мисонжников, А. Н. Тепляшина. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 190 с.
- 32) Пономарев Н.Ф. Учебное пособие Связи с общественностью: социально-психологические аспекты - Москва [и др.] : Питер, 2008. - 207 с. - (Учебное пособие). - Библиогр.: с. 141-144 (93 назв.).
- 33) Рябчиков Е. Рождение темы. Сер.: Библиотечка журналиста М. Политиздат 1960г. 136 с.
- 34) Смирнов В. В. Формы вещания: Функции, типология, структура радиопрограмм: Учебное пособие для вузов/В. В. Смирнов. — М.: Аспект Пресс, 2002.— 203 с.

35) Стёпин В.С., А. А. Гусейнов, Г. Ю. Семигин, А. П. Огурцов. Новая философская энциклопедия — М.: Мысль, 2000. — Т. 1—4. — 2659 с.

36) Смирнов В.В. Жанры радиожурналистики. Учебное пособие для вузов М.: Аспект Пресс, 2002. С 55

37) Тулупов В.В. Социальные проблемы и социальная журналистика//Вестник воронежского государственного университета. Серия: филология, журналистика. –2019.–№ 1.–С. 69 и с 243

38) Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учебное посо Тулупов, В. В. Техника и технология СМИ: бильдредактирование : учебное пособие для вузов / В. В. Тулупов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 182 с. бие. М.: Аспект Пресс, 2000, 158 с.

39) Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь русского языка : современная редакция / Д. Н. Ушаков. - Москва : Дом Славянской кн., 2008. - 959 с.

40) Фролова Т.Н. Социальные приоритеты в коммуникативных стратегиях российских СМИ; Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика 2005

41) Фролова Т.И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество [Академические монографии]. — М.: МедиаМир, 2014. — 352 с.

42) Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге: учебное пособие. М.: Пульс, 2003, 44 с.

43) Хозиев Б.Р. Выбор темы и ее разработка. Журнал «Вестник Владикавказского научного центра» Том 8 № 2 2008 год

Интернет-источники

1. <http://www.nat.ru/upload/iblock/bd7/bd782702fc4ccea48ae505a8b099002d.pdf>
2. <https://www.radiorus.ru/>
3. <https://russia58.tv/programma-radio-rossii/>
4. http://propel.ru/rejting/r_radio.php

5. <https://www.radiorus.ru/brand/63802/episode/2257565> 26.03.2020
6. <https://www.radiorus.ru/brand/61244/episode/2009511> 30.11.2018
7. <https://www.radiorus.ru/brand/59306/episode/2261917> 14.04.2020
8. <https://www.radiorus.ru/brand/57087/episode/1642699> 17.01.2018
9. <https://www.radiorus.ru/brand/60510/episode/1681369> 12.02.2018
10. <https://www.radiorus.ru/brand/61244/episode/1774880> 03.05.2018
11. <https://www.radiorus.ru/brand/61244/episode/2109010> 14.02.2019
12. <https://www.radiorus.ru/brand/57079/episode/1678807> 10.02.2018
13. <https://www.radiorus.ru/brand/57079/episode/1869389> 04.09.2018
14. <https://www.radiorus.ru/brand/60510/episode/2394370> 26.05.2020
15. <https://www.radiorus.ru/brand/60510/episode/2394671> 27.05.2020
16. <https://www.radiorus.ru/brand/61244/episode/2097211> 05.02.2019
17. <https://www.radiorus.ru/brand/60510/episode/2267657> 07.05.2020
18. <https://www.radiorus.ru/brand/60510/episode/2129374> 01.01.2019