

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА ПРОГРАММ КАНАЛА «ОБЩЕСТВЕННОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ РОССИИ»

Татьяна Владимировна Назарова

Аннотация. В статье представлены результаты анализа основных программ ТВ-канала «ОТР». Выявлены формы реализации функций форума, ценностно-ориентирующей, проектной, социально-креативной. Описаны приемы вовлечения экспертного сообщества, общественных организаций и рядовых граждан в конструирование повестки дня, в создание контента программ, в поиски решений актуальных социальных проблем. Результаты исследования могут быть использованы журналистами, специализирующимися на освещении вопросов социальной сферы, и учтены при определении стандартов социальной журналистики.

Ключевые слова: функции журналистики; телеканал «Общественное телевидение России»; участие граждан в деятельности СМИ.

FUNCTIONAL SPECIFICS OF THE PROGRAMS OF THE CHANNEL "PUBLIC TELEVISION OF RUSSIA"

Tatiana Vladimirovna Nazarova

Annotation. The article presents the results of the analysis of the main programs of the OTR TV channel. The forms of implementation of the functions of the forum, value-oriented, project, socio-creative, are revealed. The methods of involving the expert community, public organizations and ordinary citizens in the construction of the agenda, in the creation of program content, in the search for solutions to urgent social problems are described. The results of the study can be used by journalists specializing in the coverage of social issues and taken into account when determining the standards of social journalism.

Keywords: functions of journalism; TV channel "Public Television of Russia"; participation of citizens in the activities of the media.

«Общественное телевидение России (ОТР)» – общероссийский федеральный телеканал общественного направления начал вещание 19 мая 2013 года. Его задачи: выявление, публичное представление и защита значимых общественных интересов; развитие самосознания человека, социальных

сообществ, групп и общества в целом; вовлечение граждан в положительную социальную практику; обеспечение активного участия граждан в проектировании индивидуального и коллективного будущего; пропаганда общечеловеческих моральных ценностей; развитие гражданского общества в России. Эти задачи обусловили выдвижение на первый план функции форума, необходимость поиска методов организации участия общества в создании контента программ.

Благодаря организации широкой корреспондентской сети во многих регионах, постоянным контактам с экспертными сообществами, общественными организациями разного уровня, центрами изучения общественного мнения, собственным опросам, контактам с аудиторией канала удалось достичь совпадения медийной повестки с общественной повесткой дня. В фокусе внимания канала ОТР постоянно находятся проблемы бедности, социальная политика государства, социальная помощь и социальная защита населения, пенсионное обеспечение; проблемы труда, занятости, социально-трудовые отношения; доступность и качество образования, деятельность детских учреждений; проблемы системы здравоохранения и здоровья граждан; проблемы ЖКХ, жилищного строительства, благоустройства городов; формы самоорганизации граждан: волонтерские, благотворительные организации и фонды, отдельные благотворительные акции и волонтерские проекты; проблемы незащищенных слоев населения: безработных, мигрантов, неполных семей, сирот, людей с ограниченными возможностями; проблемы экологии, деятельность общественных экологических организаций, экологические проблемы регионов.

Основная и наиболее востребованная зрителями программа канала – «ОТРажение». Она выходит в эфир трижды в день, чтобы дать возможность участвовать в ней гражданам, живущим на территориях разных часовых поясов. Программа обычно включает пятиминутный блок новостей и четыре сюжета – темы соответствуют общественной повестке дня, например, в одном выпуске программы могут обсуждаться темы: определение размеров МРОТ, деятельность управляющих компаний по обслуживанию МКД, проблема незаконных застроек, проблемы трудоустройства мигрантов. Ракурс обсуждения, задаваемый

ведущими, всегда один и тот же – любой факт рассматривается с точки зрения интересов и потребностей рядового населения.

Каждый сюжет обсуждается в течение получаса. Для обсуждения приглашаются два эксперта (представители научно-исследовательских центров, или общественных организаций, представители власти).

Двое ведущих модерируют диалог с помощью вопросов, выражающих потребности основной массы населения, используются приемы солидаризации с аудиторией – рядовыми гражданами. Журналисты проблему комментируют и направляют диалог, обозначая новые аспекты ее анализа, ими включаются заранее изученные документы, статистические данные, собственные наблюдения и выводы. Ведущими могут предлагаться и решения проблемы с извинениями за упрощения и дилетантизм, таким образом подчеркивается, что ведущие акцентируют мнения рядового населения.

Эксперты и ведущие в утреннем, дневном и вечернем выпусках программы меняются, но четыре избранные для обсуждения темы остаются неизменными в течение всего дня.

Участие аудитории организуется с помощью прямой связи по телефону (зрители задают вопросы, сообщают факты); с помощью СМС-голосования по сформулированному редакцией вопросу; чаще бегущей строкой публикуются СМС-комментарии и факты, которые сообщают зрители. Обсуждение разрезается короткими врезками предварительно отснятых опросов населения по обсуждаемой теме (обычно это три-четыре сюжета, демонстрирующие проведенные в разных провинциальных городах опросы пяти-семи человек). Нередко именно зрители не только сообщают факты, но и задают новый аспект обсуждения проблемы, дают конкретные конструктивные предложения по решению проблем. Информационное участие граждан осуществляется и с помощью данных рубрики «Реальные цифры», для которой в течение недели принимаются сообщения граждан по заданному редакцией вопросу. Результаты сопоставляются с данными, опубликованными государственными и

независимыми статистическими центрами, как правило, выявляется несовпадение.

Экспертов просят не только разъяснить и прокомментировать проблему, но и сформулировать конкретные предложения по ее решению. Таким образом в выпусках выполняются задачи – публичное представление и защита значимых общественных интересов, организация открытого и прямого взаимодействия между экспертным сообществом, властью и гражданами, организация информационного участия населения в работе СМИ.

К важнейшим темам программа обращается во многих выпусках, настойчиво выясняя все параметры проблемы, потребности населения, аккумулируя предложения экспертов по решению вопроса. Важнейшие проблемные ситуации мониторятся годами.

Например, одна из основных тем, которую постоянно разрабатывает редакция, – трудовая деятельность в РФ. В обсуждении доминируют следующие проблемы: низкая заработная плата и принципы оплаты труда; методы определения медианной заработной платы и формулы МРОТ; выяснение реальной зарплаты граждан и нарушений принципов оплаты труда работодателями; вопрос о введении тарификации для начисления зарплаты; о почасовой оплате труда; о налогообложении минимальной заработной платы; соотношение устанавливаемого правительством прожиточного минимума и реальных потребностей населения; выяснение ситуации на рынке труда в разных регионах; анализ деятельности государственных и независимых центров трудоустройства; анализ существующих у населения практик поиска работы и приобретения новой профессии, возможностей переобучения; организация труда мигрантов – все обсуждаемые в программе вопросы обычно связаны с проблемами бедности и обсуждением критериев определения бедности.

В выпусках программы «ОТражение» в ходе обсуждений представляется типичная ситуация, демонстрирующая наличие социальной проблемы; далее следует выход от ситуации к анализу определенного социального процесса за счет сообщений о взаимосвязанных с этой ситуацией фактах. Ситуация

персонифицируется, поскольку включаются комментарии позвонивших в студию зрителей; выступления двух экспертов, приглашенных в студию; реплики двух ведущих программы.

Соответственно стандартам социальной журналистики основной целью программы является поиск решений проблем и достижение конкретных результатов. В работах Т.И. Фроловой [10, с.180], И.В. Сидорской [9, с.229] доказано, что для решения социальной проблемы необходимо ее длительное освещение в СМИ, проходящее ряд этапов: легитимизация проблемы; мобилизация сил общественности для активных действий по разрешению проблемы; появление официальной реакции и разработка институционального плана действий; осуществление и коррекция плана. Анализ коммуникативных тактик программы «ОТражение» выявил обусловленную объективными причинами непоследовательность прохождения этих стадий.

В каждом выпуске, даже если проблема обсуждается на протяжении нескольких лет в десятках сюжетов, обнаруживаются коммуникативные тактики, направленные на легитимизацию проблемы. В сюжетах могут быть использованы разные информационные поводы, заявлены для обсуждения разные аспекты проблемы, например: планируемое правительством изменение определения размера минимальной оплаты труда, принципы определения медианной зарплаты, трудности трудоустройства, вопросы адресности социальной помощи, минимальная стоимость набора школьника и т.д. – в любом выпуске идет сбор фактов, доказывающих остроту проблемы бедности. Используя возможности прямого эфира, ведущие организуют участие зрителей в создании контента: настойчиво просят звонить в студию, писать (СМС-сообщения транслируются сразу бегущей строкой внизу экрана) и называть, например, цифру реально получаемой зарплаты, рассказывать, как удается выживать на эти деньги, есть ли возможность найти подработку. Включаются видеосюжеты, заранее отснятые редакцией на улицах разных городов, демонстрирующие мнения нескольких человек на эту же тему. Добавляются реплики ведущих, сообщающих подтверждающие факты из собственной жизни, иногда это целые сюжеты, где

ведущие представляют результаты подсчетов, например, сколько стоит в месяц содержание их детей. Могут разыгрываться драматические диалоги, где ведущие наглядно показывают, что обозначает «потребительская корзина» – демонстрируется, что может себе позволить съесть в день человек (половинка яблока, половинка морковки и т.д.). По пятницам сообщаются данные рубрики «Реальные цифры» – результаты анализа всех полученных от зрителей в течение недели сообщений на заданную тему.

Для легитимизации проблемы используются и другие тактики. Каждый ведущий, как правило, предстает в двух ролях: как представитель народа, испытывающий те же проблемы, что и большинство населения, и как компетентный аналитик. Обращаясь к приглашенным экспертам, ведущий направляет ход обсуждения, сообщая данные Росстата и других статистических служб, научных центров, правительственных органов, ведомств и общественных объединений, чья деятельность связана с обсуждаемым вопросом. Легитимизация проблемы в этом случае идет на другом уровне: таким способом вскрываются причины и следствия событий, взаимосвязь ряда проблем, становятся очевидны тенденции развития процессов. Комментарии специалистов содержат дополнительные факты, углубляющие понимание проблемы.

Переход к следующей стадии – мобилизации на действия по решению, то есть к формулированию предложений – происходит в тех же выпусках с использованием нескольких тактик. Во-первых, звонки в студию, в которых сообщаются все новые негативные факты, продолжаются в течение всего выпуска, усиливают остроту проблемы, выглядят как предъявление требования народа. Достаточно часто ведущий просит эксперта подсказать позвонившему конкретное действие для решения проблемы. Во-вторых, ведущий стимулирует эксперта перейти от рассказа о сложности и неразрешимости проблемы в данных условиях к конкретным предложениям с помощью быстрой негативной оценки бездеятельности вовлеченных в ситуацию сторон с точки зрения последствий для населения. В-третьих, от зрителей и ведущих могут исходить предложения по

решению. Даже дилетантские реплики провоцируют их анализ, оценку и встречные предложения со стороны экспертов.

Третий этап медиатранзита проблем обычно представлен в выпусках, для которых информационным поводом стало решение, принятое властью или структурами бизнеса. Целью таких выпусков является анализ влияния этих решений на качество жизни населения. Как правило, демонстрируется недостаточность или несостоятельность принятых мер. Нерешенность проблемы снова легитимизируется, и снова начинается поиск конструктивных предложений (например, так происходит с обсуждением проблемы бедности).

Длительное обсуждение при отсутствии осязаемого изменения ситуации ведет к усталости аудитории и социальной апатии. Разумеется, есть глобальные проблемы, для которых не существует простых и быстрых решений и требуются системные изменения. Но существуют проблемы, в решении которых редакция могла бы принять более деятельное участие. В ходе выпусков постоянно высказываются рациональные предложения, но они не становятся поводом для продолжения разговора. Например, при обсуждении проблем безработицы было высказано предложение организовывать вахтовым методом работу горожан в селах, но его обсуждения с руководителями сельскохозяйственных предприятий не последовало. Отсутствие анализа предложений ведет к утрате смысла самого обсуждения. Усилить стратегии обсуждения и вовлечения общества в решение социальных проблем можно за счет продуманной стратегии работы с высказанными в ходе выпусков предложениями.

Задачей вовлечения рядовых граждан в поиски решения социальных проблем обусловлена структура рубрики «Профессии», появившейся в программе «ОТРажение» в течение двух лет еженедельно, затем периодически. Эта рубрика выполняла проектную, социально-креативную, ценностно-ориентирующую функции. В ходе анализа выпусков рубрики «Профессии» выявлены ее коммуникативные цели: продемонстрировать зрителю максимальное количество решений проблемы индивидуальной занятости; создать позитивный образ мелкого предпринимателя, что соответствует государственной программе

поддержки малого бизнеса; с помощью конкретных примеров помочь человеку создать собственную программу деятельности и тем самым «вселить надежду» на успех, что соответствует задачам социальной журналистики. Об этих целях программы свидетельствует жанровая форма передачи – это портретное интервью, где обязательными компонентами стали вопросы журналистов о том, как обучаться обсуждаемой в выпуске профессии, каковы возможности найти работу или свою нишу на рынке, каков заработок или прибыль, обсуждаются возникающие сложности, пути их преодоления, все тонкости профессии, включая специфику необходимых инструментов и материалов. Кроме того, программа ведется в режиме обратной связи: в студию звонят и пишут зрители, которым нужны уточнения, советы и конкретные адреса.

Но в программе решаются не только утилитарные задачи. Создателями выпусков ведется целенаправленный выбор респондентов, способных философски осмыслить себя в своей профессии. В их ценностном сознании понятие «труд» не ассоциируется со сложностями, физическим и нравственным напряжением, усилиями воли. Приведем несколько характерных примеров. Мотивация деятельности актуализируется в контекстах: «желание огромное» [5], «глаз горит» [4]; «взяла глину – и влюбилась» [7]. Выбор профессии всегда обусловлен потребностью творчества, бесконечного самообразования. Воспитатель детского сада говорит: «Можно быть тем, кем захочешь <...> актером, психологом, режиссером, педагогом» [6]. Гончар объясняет свой выбор стремлением быть ближе к природе, к истории, традициям и увлекательностью «игры», которой называет выход на все новые уровни мастерства [7]. Пчеловод в диалоге с журналистом постоянно возвращается к одной теме и увлеченно рассказывает о том, как можно научиться понимать пчел [5]. Выбранная профессия для героев программы – главный смысл их жизни: воспитатель «круглосуточно» придумывает творческие занятия для детей, гончар – ночью, закрыв глаза, видит разбалансированный круг, парикмахер – лица дам. Характерно то, что для всех героев заработок или прибыль не являются целью, многие и зарабатывают совсем немного. Предприниматели ведут себя так, будто

не существует законов рынка и конкуренции: большую часть выпуска пчеловод раскрывает все секреты профессии (при этом в студию звонят люди, которым он уже помог создать свое дело, но они называют себя не конкурентами, а «соседями» по пасеке) [5]; желающему обучиться ремеслу зрителю гончар советует обратиться в школу известного мастера, хотя сама тоже ведет класс [7]; и таким образом ведет себя каждый. Смысл профессиональной деятельности для героев выпусков в том, чтобы приносить добро, помогать людям жить. Как правило, они стремятся использовать экранное время, чтобы по-своему воздействовать на зрителя: воспитатель настойчиво советует родителям играть с детьми и объясняет, как легко это можно делать, даже не отрываясь от бытовых забот; пчеловод буквально рекламирует свое ремесло, доказывая, насколько оно интересно, наглядно демонстрируя, как создать необходимые инструменты, и в цифрах объясняя способы, при котором первоначальные затраты окупятся за один сезон. Эффективность программы очевидна: аудитория видит талантливо живущих людей, успешных настолько, что их объединяет стремление как можно больше «дать» окружающим; в студию постоянно звонят зрители, всерьез заинтересовавшиеся профессией, и договариваются о встрече с мастерами. Совершенно очевидно доминирование в сознании героев ценностей альтруизма, преобладание духовного над материальным.

Героями рубрики «Профессии» становятся только те, кто способен, находясь в конкурентной среде, искренне рассказать о практиках достижения успеха, раскрыть секреты профессионального мастерства, склонен к рефлексии, формулированию своих нравственных принципов. Выпуски строятся как диалог с приглашенным в студию гостем с включением заранее снятого с участием ведущей Тамары Шорниковой видеосюжета о его деятельности и интерактивных форм связи со зрителями. Композиционная структура выпусков – линейная. Программа адресована рядовому человеку, прямой эфир, мгновенная связь с аудиторией позволяет ввести в беседу новые темы для обсуждения, что соответствует цели организации непосредственного участия общества в создании контента.

Доминирующим жанром в программах канала ОТР является интервью. В результате анализа программ «Моя история», «Большое интервью», «Культурный обмен с Сергеем Николаевичем», «ЗаДело!», рубрики «Люди» программы «Большая страна» установлено, что контент и жанровые особенности портретного интервью обусловлены задачами: выявления совместно с обществом проблем социальной сферы; совместного с аудиторией формирования общественной повестки дня; продвижения ценности социальной активности; задачей предъявления власти требований общества, альтернативных проектов решения социальных проблем. В портретных интервью канала «ОТР» используются стратегии обсуждения и вовлечения путем ежедневной многократной трансляции в разных программах позитивных примеров социальной и профессиональной активности.

Коммуникативные задачи программ «Большое интервью» и «Моя история» шире. Обсуждаются не только деятельность героя, но и проблемы профессии в связи с политической и экономической ситуацией в стране, в связи с пороками системы управления, с социально-психологическим состоянием общества, выясняются перспективы существования профессии, портретное интервью перерастает в проблемное. Соответственно для диалога приглашаются авторитетные специалисты из разных сфер деятельности, добившиеся значительного успеха. Композиционная структура выпусков – концентрическая, с анонсированием основных тем в рубрике «Блиц» и их последующим раскрытием. Беседа с героями проходит на их рабочем месте, в репортажных вставках представлены направления деятельности героев программы. Содержательность интервью обусловлена уровнем подготовки выпуска – ведущий Дмитрий Кириллов демонстрирует знание всех этапов и проблем деятельности приглашенного, его предыдущих выступлений в СМИ. В диалоге актуализируются ценности патриотизма, творчества, альтруизма.

Стратегия программы «ЗаДело!» – вовлечение в добровольческую и благотворительную деятельность. Гости – равнодушные люди, деятельно реагирующие на негативные явления в социуме. В студии обсуждаются проблемы

социальной политики, незащищённых категорий граждан, проблемы экологии. Программа «ЗаДело!» адресована молодежи, соответственно избран стиль диалога с героями и аудиторией. Ведущий Илья Тарасов сам участвует в волонтерских мероприятиях, организуемых гостями. В программе в основном выясняются частные проблемы конкретных добровольческих организаций. Коммуникативные задачи – поддержка общественных инициатив; формирование в сознании зрителей ответственного отношения к окружающему миру и людям; привлечение аудитории к участию в социальных проектах.

Рубрика «Люди» в программе «Большая страна» в более широком социально-политическом контексте освещает деятельность респондентов – это организаторы больших волонтерских движений и социальных проектов, учредители фондов, социальные предприниматели. Композиционная структура выпусков – линейная. Ведущие Ангелина Грохольская и Павел Давыдов организуют обсуждение вопросов социальной сферы, вызывающих наибольшее социальное напряжение; гости предлагают собственные решения этих проблем; на конкретных примерах авторы стремятся показать этапы организации больших социальных проектов, результаты общественных инициатив. В процессе интервью в фоновом режиме демонстрируются фото и видео, иллюстрирующие деятельность героев.

Программа «Культурный обмен с Сергеем Николаевичем» – это портретное интервью с известными представителями мира искусства. В отличие от подобных программ на других каналах, эта передача тоже подчинена задачам социальной журналистики. «Культурный обмен» не включает искусствоведческий анализ произведений, нет историй взлетов и падений героев, подробностей их личной жизни. Внешняя канва диалогов – этапы творческой биографии респондентов, но, в сущности, зритель вовлекается в соразмышление о смысле жизни. Развертывание содержания ценности «творчество», как правило, включает ряд мини-сюжетов о разнохарактерной работе по поиску своего места в мире. Ядерная ценность «смысл жизни» интерпретируется как служение людям и стране и коррелирует с ценностью «счастье».

Для характеристики программы вполне применим вывод А.А. Пронина, сделанный при анализе телевизионных нарративов о знаменитостях. Программа Николаевича – одна из форм сторителлинга, нужных аудитории поучительных историй, которые работают «на формирование и поддержание идентичности зрителя: национальной, культурно-исторической, социальной» [8, с.42]. С этой точки зрения представляется необходимым выявить, какие именно ценности утверждаются такого рода программами, интерес представляют и технологии их продвижения.

Программа представляет собой очень длинный (45 минут) диалог, без включения сюжетов, демонстрирующих деятельность героев. Речь идет об этапах творческой биографии респондентов, но, в сущности, моделируется сценарий неспешной беседы двух близких по духу людей о смысле жизни. Зритель вовлекается в соразмышление о мотивах человеческой деятельности. Аксиологическая структура выпусков при всем внешнем разнообразии обсуждаемых тем и сотен фактов однотипна. В сознании ведущего поиск смысла жизни остается ядерной ценностью, ею обусловлен и выбор респондентов, склонных к философской рефлексии, чья биография включает очень разные направления деятельности; и векторы беседы, которые задаются Николаевичем. В разной форме задаются конгруэнтные по сути вопросы: «Удовольствие жить – из чего оно состоит, если бы я тебя попросил сформулировать?» [1]; «Все-таки ваше какое-то жизненное предназначение – вы как-то его ощущали с самого начала?» [2]. В дальнейшем диалоге раскрывается содержание концепта «смысл жизни». Варианты ответов размышляющих респондентов в нюансах различны и стимулируют рефлекссию зрителя. Все герои находят смысл жизни в творчестве. Ценность творческого отношения к труду утверждается в каждом выпуске программы, но различны стили мышления респондентов, рассказываемые ими сюжеты, что, безусловно, усиливает эффект внушения: «Сидеть за компьютером, курить и писать – это просто удовольствие. А что делать-то еще? Не писать, а что тогда?» [1]; «Театр как явление, как феномен – это было местом такой настоящей жизни. Мы входили в театр – и начиналась настоящая жизнь, не та, которая была

за пределами...» [2]. Концепт «творчество» в программе коррелирует с концептом «счастье», в ходе бесед его содержание обогащается новыми смыслами: «У меня вообще задача в жизни – делать только то, что мне интересно <...> главное, что должен сделать человек, найти призвание он не должен в 70 лет» [1]; счастьем может называться осознание того, чем занят: «на самом деле счастье – это когда ты успеваешь опомниться и понять, что ты жив, что вокруг тебя люди» [3]. Инструментальной ценностью по отношению к ценности «творчество», как правило, становится альтруизм: «Я хотел придумать такую систему, которую может использовать каждый человек <...>, если я чуть-чуть помог человеку и у него поменялась жизнь – я от этого получаю удовольствие» [1]. В программе выясняются содержание концептов «желание/прихоть»; «удовольствие/ скука»; «свобода/своеволие», «власть», «гордость/гордыня», «культура/искусство», «наука/образование», «патриотизм»; выясняется отношение к современному состоянию страны. В выпусках создается обобщенный образ современника, способного к «самостоянию» в любой ситуации. Выявленная парадигма ценностей программы «Культурный обмен» свидетельствует о том, что она органична для дискурса канала ОТР, утверждающего ценности самореализации личности.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод: в программах в жанре портретного интервью на канале ОТР не только организуется обсуждение и предъявляются власти важнейшие социальные проблемы и ведется поиск их решений, но и отрабатывается технология сторителлинга, нужных аудитории поучительных историй, которые утверждают ценности социальной активности, патриотизма, альтруизма, творчества.

В программах канала ОТР, реализующих в первую очередь функцию форума, отрабатываются технологии профессиональной журналистской деятельности, характерные для профиля социальной журналистики: выявление совместно с обществом и отражение проблем социальной сферы в ее связях с другими сферами общественной жизни; вовлечение рядовых граждан в информационный обмен: в формирование общественной повестки дня, в

создание контента программ (наиболее полно технология воплощается в ежедневной программе «ОТражение»); предъявление власти требований общества, альтернативных проектов решения социальных проблем; анализ любой информации с позиций общественного большинства и в интересах развития всего общества. Во всех программах применяется технология социального исследования: постоянный мониторинг событий, связанных с определенной проблемой, многократное возвращение к одной теме в ряде программ, привлечение различных источников, сопоставление экспертных оценок, нахождение неизвестных ранее фактов, документов, сбор и анализ предложений по решению проблемы, отслеживание развития ситуации, прогнозирование, выявление тенденций, пересмотр ранее принятых решений, их корректировка.

Список литературы

1. Программа «Культурный обмен» выпуск 07.04.2018 Андрей Максимов: Наша система образования в таком состоянии, что, если начать ее менять, сначала будет очень плохо // Официальный сайт ОТП – URL: <https://otr-online.ru/programmy/kulturnii-obmen-s/kulturnii-obmen-andrei-31279.html> (дата обращения 5.12.21).

2. Программа «Культурный обмен» выпуск 31 марта 2018 Михаил Швыдкой: Фигуранты дела «Седьмой студии» могли легкомысленно относиться к каким-то законодательным нормам. Но это не группа людей, которая извлекает прибыль и ворует государственные деньги // Официальный сайт ОТП – URL: <https://otr-online.ru/programmy/kulturnii-obmen-s/mihail-shvidkoi-31190.html> (дата обращения 5.12.21).

3. Программа «Культурный обмен» выпуск 03.06.2016 Чулпан Хаматова: Актер – это профессия души // Официальный сайт ОТП – URL: <https://otr-online.ru/programmy/kulturnii-obmen-s/chulpan-hamatova-20664.html> (дата обращения 5.12.21).

4. Программа «Отражение» выпуск 14.02.2018 Александра Панферова: Сейчас клиентов в салонах красоты меньше не стало. Но они стали реже

приходить // Официальный сайт ОТР – URL:// <https://otr-online.ru/programmy/segodnya-v-rossii/rubrika-professii-segodnya-30538.html> (дата обращения 5.12.21).

5. Программа «ОТРажение» выпуск 4.10.2017 Алексей Бубенок: Достаточно 40-50 пчелиных семей, чтобы получать миллион рублей прибыли в год. Вопрос – как реализовать мед // Официальный сайт ОТР – URL:// <https://otr-online.ru/programmy/segodnya-v-rossii/rubrika-professii-geroi-28195.html> (дата обращения 5.12.21).

6. Программа «ОТРажение» выпуск 27.09.2017 Воспитатель Лора Новицкая: Дети тебя чувствуют изнутри. Они не примут человека, который без души // Официальный сайт ОТР – URL:// <https://otr-online.ru/programmy/segodnya-v-rossii/rubrika-professii-geroinya-28031.html> (дата обращения 5.12.21).

7. Программа «ОТРажение» выпуск 7.03.2017 Екатерина Драгун: То, что работа гончара простая и легкая – это заблуждение. Вы посмотрите на его лицо во время лепки! // Официальный сайт ОТР – URL:// <https://otr-online.ru/programmy/segodnya-v-rossii/rubrika-professii-segodnya-30866.html> (дата обращения 5.12.21).

8. Пронин, А.А. Прагматическая конвенция в биографической теледокументалистике / А.А. Пронин // Журналистский ежегодник. – 2015. – С. 41- 43.

9. Сидорская, И.В. Медиатранзит актуальных социальных проблем: роль PR-сопровождения в их позиционировании и решении / И.В.Сидорская // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2018. – №2 (28). – С.228 – 237.

10. Фролова, Т. И. Гуманитарная повестка российских СМИ / Т.И.Фролова.– М.: МедиаМир, 2014.– 352 с.