

*На правах рукописи*

**Березина Елена Анатольевна**

**ПРАВОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СИСТЕМЕ СРЕДСТВ  
МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ  
(НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТ «ВЕДОМОСТИ», «ИЗВЕСТИЯ»,  
«КОММЕРСАНТЪ», «РБК DAILY», «РОССИЙСКАЯ БИЗНЕС-  
ГАЗЕТА»)**

Специальность 10.01.10 – Журналистика

Автореферат диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

**Москва – 2015**

Работа выполнена на кафедре литературной критики Института массмедиа федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российский государственный гуманитарный университет» (РГГУ)

**Научный руководитель:** доктор исторических наук, профессор  
**Киянская Оксана Ивановна**

**Официальные оппоненты:** **Грабельников Александр Анатольевич**,  
доктор исторических наук, профессор;  
федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего  
профессионального образования «Российский  
университет дружбы народов», филологический  
факультет, профессор кафедры массовых  
коммуникаций

**Стечкин Илья Валерьевич**, кандидат  
филологических наук, менеджер Общества с  
ограниченной ответственностью «Мирантис ИТ»

**Ведущая организация:** Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего  
образования «Новосибирский национальный  
исследовательский государственный  
университет»

Защита состоится 2 апреля 2015 г. в 15:30 часов на заседании диссертационного совета Д 212.198.12, созданного на базе РГГУ, по адресу: 125993, ГСП-3, г. Москва, Миусская площадь, д.6, корпус 7.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке РГГУ по адресу: 125993, ГСП-3, г. Москва, Миусская площадь, д.6, корпус 7 и на сайте организации по адресу: <http://dissovet.rggu.ru/section.html?id=11885>

Автореферат разослан «2» февраля 2015 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,  
кандидат филологических наук



Ю.Г. Бит-Юнан

## I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Диссертация посвящена развитию правовой журналистики в современной системе средств массовой информации. В диссертации анализируется влияние средств массовой информации на правовую культуру предпринимателей. Правовая журналистика сегодня – важнейший элемент СМИ, от функционирования которого зависит успешность экономического развития России.

Система средств массовой информации в России сильно изменилась с момента распада Советского союза. Партийная идеология, определявшая основные векторы развития газет, ушла в прошлое. Появились новые типы прессы: газеты разделились на массовые и качественные<sup>1</sup>. Возникли и новые предметно-тематические специализации журналистики: помимо политической, научной, детской, спортивной и пр. в 1990-х гг. в России появились деловая, светская, экономическая, корпоративная и правовая журналистика. Тем не менее при наличии самого термина «правовая журналистика» и большой частности употребления данного термина в значительном количестве научных и популярных текстов, общепринятого его толкования до сих пор не существует, а коннотации его использования имеют самое разнообразное наполнение. В самом широком смысле правовая журналистика – работа журналиста по правовой тематике.

Ряд исследователей ошибочно смешивает понятия «правовая журналистика» и «правовые основы журналистики», относя правовую журналистику к массово-информационного праву. По мнению других, в частности, Ф.Ю. Шеуджен, правовая журналистика связана с концептом «журналистский правовой текст» (в отличие от просто правового текста, под

---

<sup>1</sup> Система средств массовой информации России / Под ред. Засурского Я.Н. М.: Аспект-Пресс, 2001. С. 12.

которым подразумеваются законодательные или судебные акты и речи), который включает в себя совокупность газетно-журнальных публикаций, укладывающихся в параметры формы «преступление и наказание»<sup>1</sup>. Однако мы полагаем, что тем самым она сужает правовую журналистику лишь до криминального и судебного направлений, что не совсем верно.

В исследовании диссертант опирался на научную дефиницию, выведенную О.В. Третьяковой. Согласно ее определению, правовая журналистика – это предметно-тематическая специализация, направленная на отражение в СМИ правовой жизни общества, на распространение информации о конкретных правовых фактах, событиях и явлениях. Это такая же предметно-тематическая специализация, как политическая, спортивная, медицинская журналистика<sup>2</sup>.

Материалы на правовую тему – о разработке новых законов, принятии постановлений, вынесении судебных решений и др. нормативных правовых актов, влияющих на бизнес – публикуются как в качественных общественно-политических и деловых, так и в специализированных изданиях. К последним относятся такие журналы и газеты как «Гражданское право», «Хозяйство и право», «Закон», «Собрание законодательств Российской Федерации», «Юрист», «Юрист компании», «Юридическая газета», «Практическая бухгалтерия» и пр. Однако этим изданиям зачастую не удается соблюсти требуемую в ряде случаев оперативность, поскольку выходят в печать они еженедельно либо ежемесячно. В частности, сообщения о вынесении на публичное обсуждение законопроекта, о разработке новой инструкции и т.п. к моменту выхода в печать теряют свою актуальность. Большинство изданий заполняет свои страницы аналитическими обзорами законодательства и прикладными консультациями

---

<sup>1</sup> *Шеуджен Ф.Ю.* Журналистский правовой текст (проблема судебной интерпретации): Дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2003. С. 25.

<sup>2</sup> *Третьякова О.В.* Журналистика и правовая культура общества: взаимодействие в контексте развития демократии: Дис. ... д-ра полит. наук. СПб., 2012. С. 7.

специалистов. Формат оперативной заметки, корреспонденции, небольшой статьи на актуальную тему, которая «горит», для них неприемлем. В то же время в их штате преобладают не журналисты, а юристы и экономисты, в отличие от газет, нацеленных на широкую аудиторию. Материалы в них написаны профессиональным языком и ориентированы на людей с высоким уровнем правовой грамотности. Получение правовой информации через специализированные правовые издания малодоступно большинству субъектов малого и среднего предпринимательства вследствие недостаточной подготовки к ее восприятию. В результате оптимальным каналом правового просвещения предпринимателей остаются качественные общественно-политические и деловые издания. Именно деловая пресса, по мнению исследователя В.Н. Тищенко, определяет «тип качественной прессы, предоставляющей информацию, необходимую читателю для принятия наиболее эффективных решений в финансовой, корпоративной (управленческой) либо профессиональной сфере деятельности»<sup>1</sup>. Именно поэтому для исследования диссертантом выбраны были качественные деловые газеты как издания, максимально полно реализующие функцию правового просвещения предпринимателей.

Одним из важнейших условий развития малого и среднего бизнеса в России, наряду с его государственной поддержкой, является повышение уровня правовой культуры предпринимателей. Знание правовых норм необходимо для полноценной реализации своих прав и свобод. Право призвано регулировать и упорядочивать определенные общественные отношения, а повышение правовой культуры способствует эффективному развитию и обновлению национальной экономики. Вопросы модернизации и совершенствования правовой системы сегодня являются не просто

---

<sup>1</sup> *Тищенко В.Н.* Деловая журналистика: типология и виды // Вестник РГГУ. 2014. № 12 (134). Серия «Филологические науки. Журналистика. Литературная критика». С. 145.

актуальными, а обязательным элементом общей повестки дня – повестки дня создания безопасного глобального мира<sup>1</sup>.

Но даже усовершенствованное законодательство, отвечающее всем требованиям международных стандартов, не может способствовать построению правового государства и эффективной экономики, если большая часть малого и среднего бизнеса не знает об изменениях законодательства или узнает о них несвоевременно. Поэтому повышение уровня правовой грамотности и правовой культуры субъектов малого и среднего предпринимательства является сегодня необходимым условием для дальнейшей модернизации России и развития эффективной экономики.

Своевременно и в доступной форме субъекты малого и среднего бизнеса могут быть проинформированы о своих правах при помощи средств массовой информации. Излагая простым и понятным языком новые законодательные инициативы, СМИ сообщают аудитории о произошедших правовых изменениях и поясняют, какие последствия они несут для предпринимателей. Это очень важно, поскольку, не зная, чем чреватые те или иные действия, предприниматели могут неосознанно нарушить закон, подвергнуться штрафам и санкциям. С другой стороны, не подозревая о полагающихся им льготах, субсидиях и других мерах государственной поддержки, субъекты малого и среднего бизнеса не могут полностью реализовать свой потенциал. Таким образом, информирование о правах малого бизнеса и об изменениях в законодательстве является важной задачей государства, решить которую можно при помощи средств массовой информации и правовой журналистики. Именно поэтому изучение правового воздействия, которое оказывают издания на становление и развитие малого и среднего бизнеса в стране, представляется нам актуальным на современном этапе.

---

<sup>1</sup> *Медведев Д.А.* Выступление на Санкт-Петербургском международном юридическом форуме [Электронный ресурс] // Президент России. URL: <http://www.kremlin.ru/news/11286> (дата обращения 14.07.12 г.).

Сегодня как никогда остро стоит задача по воспитанию высокой правовой культуры субъектов малого и среднего бизнеса, по укреплению законности и порядка, усилению борьбы с коррупцией. Однако выполнить эту задачу невозможно без участия журналистов, которые во многом формируют общественное мышление. Необходимую информацию предприниматели могут узнать в органах государственной власти, в юридических консультациях, на официальных сайтах госорганов. Однако это подразумевает обращение к источникам информации самого субъекта малого и среднего бизнеса, уже знающего, что он ищет. Тогда как средства массовой информации, к которым население обращается постоянно, по обыкновению покупая то или иное издание, выступают в данном случае первоисточником. Именно средства массовой информации являются сегодня основным источником информирования граждан, в том числе и в области законодательства. Именно с этим и связана **актуальность** данного исследования.

**Состояние научной разработки темы.** Правовая журналистика и ее отдельные составляющие не могли не попасть в сферу внимания специалистов в области журналистики, филологии и права. Однако далеко не все аспекты правовой журналистики можно назвать основательно изученными. Лишь в незначительной части работ приводится вольная классификация материалов правовой журналистики. А правовое просвещение субъектов малого и среднего бизнеса через средства массовой информации пока еще вообще не становилось предметом отдельного исследования. Это позволяет считать проблему изучаемого явления не до конца решенной. В своей работе мы опирались на исследования, посвященные просветительской функции журналистики по отношению к обществу.

Наиболее подробно раскрыта тема правовой журналистики в докторской диссертации «Журналистика и правовая культура общества: взаимодействие в контексте развития демократии» исследователя

О.В Третьяковой<sup>1</sup>. Автор выработал новый подход к изучению журналистики и правовой культуры общества; рассмотрел журналистский текст как индикатор определенных сторон правовой культуры общества; сформировал научное определение правовой журналистики как предметно-тематической специализации, направленной на отражение в СМИ правовой жизни общества.

Подробно проанализированы СМИ как один из институтов правовой социализации личности в научной работе «Роль печатных средств массовой информации в правовом просвещении населения (на материалах федеральных общественно-политических газет)» исследователя Д.Ю. Мартынкиной<sup>2</sup>. Исследователь подробно анализирует средства массовой информации как инструмент правового просвещения и как субъект правового просвещения населения наряду с государством в лице органов государственной власти, общественными и коммерческими организациями и т.д. В ее диссертационном исследовании показано соотношение правового просвещения и правового воспитания, обучения, образования, выделена особая роль журналистов и журналистики в процессе повышения правовой культуры россиян.

Большой научный интерес представляет диссертация «Правовая информированность и формирование правовой культуры личности (вопросы теории)» доктора юридических наук В.М. Боера, в которой автор рассматривает проблемы правовой культуры личности, правового государства и информационно-правовой политики России<sup>3</sup>. В.М. Боер внес

---

<sup>1</sup> Третьякова О.В. Указ. осч.

<sup>2</sup> Мартынкина Д.Ю. Роль печатных средств массовой информации в правовом просвещении населения (на материалах федеральных общественно-политических газет): Дис. ... канд. филол. наук. М., 2011.

<sup>3</sup> Боер В.М. Правовая информированность и формирование правовой культуры личности (вопросы теории): Дис. ... канд. юрид. наук. М., 1993.



существенный вклад в развитие теории правового государства и исследование проблем информационной правовой политики<sup>1</sup>.

Роль, которую играет пресса в системе правового воспитания, также стала предметом исследований Л.А. Семенко. Она проанализировала в своей работе «Пресса в системе правового воспитания: теория, методика, практика» правовую пропаганду в газетах советского периода<sup>2</sup>. Среди научных работ, оказавших влияние на установление правовой журналистики как предметно-тематической специализации в общей системе средств массовой информации, также следует отметить исследования М.И. Гарабовой<sup>3</sup>, П.И. Акамова<sup>4</sup>, К.А. Кирилина<sup>5</sup> и других.

Большой вклад в изучение правовой журналистики внесли такие исследователи журналистики, права и СМИ как В.С. Нерсесянц<sup>6</sup>, Ф.Ю. Шеуджен<sup>7</sup>, Ю.А. Бельчиков<sup>8</sup>, Т.В. Каравичева<sup>1</sup>, М.М. Молчанова<sup>2</sup>,

---

<sup>1</sup> *Боер В.М., Янгол Н.Г.* Российская государственность: от тоталитаризма к правовому государству. СПб., 1997; *Боер В.М.* Информационно-правовая политика России: монография. СПб., 1998.

<sup>2</sup> *Семенко Л.А.* Пресса в системе правового воспитания: теория, методика, практика: Дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 1984.

<sup>3</sup> *Гарабова М.И.* Особенности функционирования российских СМИ в условиях их монополизации: Дис. ... канд. филол. наук. М., 2004.

<sup>4</sup> *Акамов П.И.* Взаимодействие средств массовой информации и законодательной власти в условиях демократических преобразований в России: Дис. ... канд. филол. наук. М., 2009.

<sup>5</sup> *Кирилин К.А.* СМИ в развитии правовой культуры личности в России: Дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2003.

<sup>6</sup> *Нерсесянц В.С.* Общая теория права и государства. М.: Норма-Инфра-М, 1999.

<sup>7</sup> *Шеуджен Ф.Ю.* Указ. соч.

<sup>8</sup> *Бельчиков Ю.А.* Размышление по поводу // Цена слова: Из практики лингвистических экспертиз текстов СМИ в судебных процессах по защите чести, достоинства и деловой репутации. М., 2002.; *Он же.* О культурном коннотативном компоненте лексики // Язык: система и функционирование. М., 1988.

исследовавшие конфликт языка и смысла в правовой журналистике, правовую интерпретацию текстов. В частности, Ф.Ю. Шеуджен в своей научной работе «Журналистский правовой текст: Проблемы судебной интерпретации» исследовала правовой журналистский текст в плане его функционирования в общей системе печатных СМИ и в плане его судебной интерпретации; роль правовой журналистики в общем развитии отечественных СМИ постперестроечного периода. Ю.А. Бельчиков является автором множества научных работ в области языка и права, Т.В. Каравичева изучает роль языкового фактора в формировании мышления индивидуума в условиях рыночной экономики, а также особенности языковых процессов в современных СМИ.

При работе над исследованием мы изучили работы известных юристов и теоретиков права: В.В. Лазарева<sup>3</sup>, С.С. Алексеева<sup>4</sup>, Е.Е. Гришиновой<sup>5</sup>, В.Н. Гуляихина<sup>6</sup>, А.Б. Венгерова<sup>7</sup>, Ж.Н. Идиловой<sup>8</sup>, Н.Л. Граната<sup>1</sup> и других.

---

<sup>1</sup> *Каравичева Т.В.* Эволюция языка средств массовой информации в публикациях экономической и социально-правовой тематики: Дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2005.

<sup>2</sup> *Молчанова М.М.* Прагматика публицистического текста: Дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2000.

<sup>3</sup> *Лазарев В.В.* Общая теория государства и права. М., 2000.

<sup>4</sup> *Алексеев С.С.* Право: азбука – теория – философия: опыт комплексного исследования. М., 1999.

<sup>5</sup> *Гришинова Е.Е.* Правовая культура в политическом пространстве современной России. М., 2005.

<sup>6</sup> *Гуляихин В.Н.* Правовая культура как объект научного исследования: методологические подходы, структура и критерии оценки бизнеса [Электронный ресурс] // Сайт журнала «NB: Вопросы права и политики» [2013]. URL: [http://e-notabene.ru/lr/article\\_635](http://e-notabene.ru/lr/article_635) (дата обращения 15.07.14 г.).

<sup>7</sup> Теория государства и права / под ред. А.Б. Венгерова. 3-е изд. М., 2000.

<sup>8</sup> *Идилова Ж.Н.* Прокурорский надзор за исполнением законодательства о защите малого и среднего предпринимательства: состояние и пути оптимизации: Дис. ... канд. юрид. наук. Екатеринбург, 2012.

Так, В.В. Лазарев большое значение в своих работах уделяет роли права и государства в обеспечении экономического развития общества, профессор А.Б. Венгеров исследует правовую культуру и правосознание. Велик научный вклад в правовую систему современной России С.С. Алексеева, который рассматривает фундаментальные вопросы государства и права с позиций их единства и взаимодействия, роль правовой культуры населения при их взаимодействии. Исследователь Е.Е. Гришнова в своей монографии «Правовая культура в политическом пространстве современной России» выделяет несколько субъектов формирования правовой культуры населения и классифицирует их.

Также мы использовали труды известных историков и теоретиков СМИ, которые изучали функции, принципы, жанровые особенности и направления журналистики. В частности, мы использовали в своем исследовании работы Е.П. Прохорова<sup>2</sup>, в которых он изучал роль средств массовой информации как фактора социального управления, что крайне важно для изучения правовой журналистики, которая является инструментом правового просвещения членов общества. А.А. Тертычный<sup>3</sup> подробно проанализировал проведение юридического анализа в прессе, а также изучение состояния законности в обществе как цель такого анализа. Большой интерес также представляют исследования и научные работы Б.И. Есина<sup>4</sup>,

---

<sup>1</sup> Гранат Н.Л. Правосознание и правовая культура, как явления правовой действительности [Электронный ресурс] // О роли и месте справочно-правовых систем в современном праве: Виртуальная библиотека. URL: <http://pmit2007.narod.ru/law/main.files/SF.htm#fn2> (дата обращения 23.10.2013 г.).

<sup>2</sup> Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2009.; Журналист и массовое сознание. М., 2007.; *Он же*. Исследуя журналистику. М., 2006.

<sup>3</sup> Тертычный А.А. Аналитическая журналистика. М., 2010.

<sup>4</sup> Есин Б.И. История русской журналистики (1703-1917 гг.). М., 2000.

В.В. Ворошилова<sup>1</sup>, С.М. Гуревича<sup>2</sup>, Я.Н. Засурского<sup>3</sup>, К.В. Ветрова<sup>4</sup>, С.Г. Корконосенко<sup>5</sup>, А.А. Аграновского<sup>6</sup> и других видных ученых.

**Источники исследования** составили публикации в деловых и общественно-политических газетах «Коммерсантъ», «Ведомости», «Известия», «РБК Daily» и «Российская бизнес-газета» за 1993, 2003 и 2013 гг. Эти издания, согласно классификации Агентства медийных исследований Ex Libris, считаются деловыми газетами и входят в рэнкинг Title Popularity Ranking (TPR), который составляется на основе открытых рассчитываемых данных и оценивает популярность печатных медиа с трех сторон: со стороны читателей, рекламодателей и журналистов. Рэнкинг учитывает аудиторный охват, цитируемость издания в других СМИ и в социальных медиа (показатели популярности)<sup>7</sup>. В конечный рэнкинг деловых газет TPR также входят издания The Moscow Times и The St.Petersburg, однако в своем исследовании мы не рассматриваем материалы этих СМИ, поскольку они публикуются на английском языке, хотя газеты издаются в России. За основу исследования были взяты только русскоязычные газеты. Все издания, кроме «Российской бизнес-газеты», ежедневные, что обеспечивает наибольший охват аудитории, а также позволяет журналистам максимально оперативно

---

<sup>1</sup> *Ворошилов В.В.* Журналистика. СПб., 2001.

<sup>2</sup> *Гуревич С.М.* Экономика отечественных СМИ. – М., 2004.; Номер газеты. М., 2002.

<sup>3</sup> *Засурский Я.Н.* СМИ как фактор процессов общественной трансформации на рубеже тысячелетия // Журналистское образование в XXI веке. Екатеринбург, 2000.

<sup>4</sup> *Ветров К.В.* Средства массовой информации постсоветской России. М., 2004.

<sup>5</sup> Социология журналистики / Под ред. С.Г. Корконосенко. М., 2004.

<sup>6</sup> *Аграновский В.А.* Вторая древнейшая. Беседы о журналистике [Электронный ресурс] // Электронная библиотека Lib.ru. URL: [http://lib.ru/NEWPROZA/AGRANOWSKIJ\\_W/agran\\_01.txt](http://lib.ru/NEWPROZA/AGRANOWSKIJ_W/agran_01.txt) (дата обращения 15.07.11 г.).

<sup>7</sup> Рейтинг популярности российских печатных СМИ за IV кв. 2013 г. [электронный ресурс] // интернет-журнал PlanetaSMI.RU. URL: <http://planetasmi.ru/blogi/comments/29613.html> (дата обращения 30.01.14 г.).

доносить до читательской аудитории важную правовую информацию, касающуюся изменения условий ведения хозяйственной деятельности в России.

Годы, за которые исследовались публикации в газеты, выбраны из-за политического и социально-экономического положения в стране. В 1993 г. у власти находился первый Президент Российской Федерации Б.Н. Ельцин, в стране происходили масштабные преобразования в политике и экономике. активно разрабатывалось законодательство, в частности, проект Конституции, это было времен перемен и больших ожиданий.

2003-й год характеризуется политической и экономической стабильностью, у власти находится В.В. Путин, законодательство в этот момент активно меняется. В частности, проходят важные реформы налогообложения, системы электроэнергетики, легализация частной собственности на землю; судебная реформа; а также реформы рынка труда и пенсионного обеспечения, разрабатываются специальные программы, нацеленные на поддержку и развитие малого и среднего бизнеса.

Исследование за 2013 г. позволило проанализировать состояние правовой журналистики на современном этапе. Законодательство сегодня меняется очень быстро, что сильно затрудняет жизнь предпринимателям: отследить все изменения самостоятельно не представляется возможным. Кроме того, анализ публикаций за 2013 г. позволил выявить их отличия и сходства с тематикой и структурой правовых публикаций в более ранние периоды.

Всего за 1993, 2003 и 2013 гг. проанализированы 1523 журналистских текста на темы права и законодательства, опубликованных в газетах «Ведомости» за 2003 и 2013 гг., «Известия» за 1993, 2003 и 2013 гг., «Коммерсантъ» за 1993, 2003, 2013 гг., «РБК Daily» за 2013 г. и «Российская бизнес-газета» за 2003 и 2013 гг. Выборка обусловлена тем, что из пяти исследуемых изданий лишь два существовали в начале 1990-х гг., за 1993 г. исследованы только публикации в газетах «Известия» и «Коммерсантъ» (в

1993 г. издание называлось «Коммерсантъ-Daily»). В газете «РБК Daily» публикации на темы законодательства и права исследованы только за 2013 г., так как в печатном виде газета начала издаваться лишь в 2006 г., несмотря на то, что в онлайн-версии издание существует с декабря 2002 г.

Исследование позволило установить, как часто журналистские правовые тексты, рассчитанные на представителей бизнеса, выходили в печатных изданиях в разные моменты времени и какова была их специфика. В совокупности проанализированы: 341 публикация за 1993 г., 509 – за 2003 г. и 673 за 2013 г. Из них 267 в газете «Ведомости», 243 в газете «Известия», 639 в газете «Коммерсантъ», 66 в газете «РБК Daily» и 308 в «Российской бизнес-газете». Это обеспечивает научную достоверность и оригинальность диссертационного исследования.

Также при непосредственном участии автора исследования был проведен экспертный опрос с целью выявления уровня правовой культуры субъектов малого и среднего бизнеса (проанализирована их осведомленность об оценке регулирующего воздействия и степень участия разных категорий предпринимателей в обсуждении принимаемых правовых актов) и определения источников правовой информации для малого и среднего бизнеса на современном этапе. Опрос проводился компанией Online Market Intelligence и «Российской бизнес-газетой» онлайн-методом в марте 2014 г. для настоящего исследования. В опросе принял участие 1001 респондент (все опрошиваемые являлись представителями малого и среднего бизнеса).

В диссертационном исследовании мы также опирались на нормативно-правовые документы, регламентирующие:

– правовую и этическую составляющую журналистской деятельности (Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации», Кодекс профессиональной этики российского журналиста и другие);

– основы деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства (Налоговый кодекс Российской Федерации,

Гражданский кодекс Российской Федерации, Кодекс об Административных правонарушениях Российской Федерации, Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», Федеральный закон от 26 декабря 2008 г. № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» и другие);

– правовое просвещение населения (Указ Президента Российской Федерации от 6 июля 1995 г. № 673 «О разработке концепции правовой реформы в Российской Федерации», Постановление Правительства Российской Федерации от 25 августа 2012 г. № 851 «О порядке раскрытия федеральными органами исполнительной власти информации о подготовке нормативных правовых актов и их общественного обсуждения» и другие).

**Научная новизна диссертационного исследования** заключается в комплексном подходе к осмыслению роли СМИ в формировании правовой культуры субъектов малого и среднего бизнеса.

**Объектом исследования** являются газетные публикации на темы права и законодательства, ориентированные на представителей малого и среднего бизнеса, а также их структура и содержание в разные периоды экономического развития России.

**Предметом исследования** является состояние правовой журналистики, ориентированной на читательскую аудиторию в лице субъектов малого и среднего бизнеса, на современном этапе в системе средств массовой информации РФ.

**Цель исследования** – выявить принципы взаимодействия правовой журналистики и правовой культуры субъектов малого и среднего бизнеса; определить особенности правовых публикаций, рассчитанных на предпринимателей; проанализировать основные этапы развития правовой журналистики в постсоветской России; выявить место правовой журналистики в системе российских СМИ.

Для реализации поставленной цели в диссертационном исследовании решены **следующие задачи**:

- 1) рассмотрено состояние правовой культуры субъектов малого и среднего бизнеса;
- 2) выявлены источники правовой информации для субъектов малого и среднего бизнеса;
- 3) установлена актуальность СМИ как источника правовой информации для предпринимателей;
- 4) проанализированы деловые и общественно-политические газеты на наличие публикаций на темы права и законодательства;
- 5) изучен состав читательской аудитории правовых публикаций в СМИ;
- 6) определены основные типологические особенности публикаций на темы права и законодательства в зависимости от статуса правового акта;
- 7) выявлена доля публикаций на темы законодательства и права, ориентированных на бизнес, в общем объеме журналистских произведений в разные периоды времени (1993, 2003, 2013 гг.);
- 8) выявлены основные темы, актуальные для предпринимателей в разные периоды времени.

**Гипотеза исследования** заключается в том, что способствовать росту эффективности экономики можно, повышая уровень правовой культуры субъектов малого и среднего бизнеса через средства массовой информации. Регулярная публикация материалов на темы права и законодательства способствует росту правовой культуры этого сегмента российского общества. А правовая культура субъектов малого и среднего бизнеса является индикатором развитой рыночной экономики. Чем выше уровень правовой культуры, тем более эффективна национальная экономика. В свою очередь содержание журналистских произведений соотносится с различными этапами становления рыночной экономики в стране и по-разному влияет на



общий уровень правовой культуры субъектов малого и среднего бизнеса в различные моменты времени.

**Основными методами исследования** являются сравнительный, структурно-системный, а также контент-анализ газетных материалов соответствующей тематики. Теоретико-методологическую основу диссертации составили принципы сравнительного и комплексного анализа, а также системный метод исследования научных работ по истории журналистики, проблемам СМИ и права.

**Практическая значимость диссертации** заключается в том, что материалы исследования и полученные выводы позволяют усовершенствовать формы и методы создания журналистского правового текста. В перспективе это позволит повысить его эффективность и будет способствовать развитию правовой культуры субъектов малого и среднего бизнеса.

**Теоретическая значимость исследования** заключается в систематизации основных видов журналистских текстов правовой тематики в разные периоды времени. Материалы и выводы исследования могут быть использованы при разработке учебных курсов по правовой журналистике и проблематике СМИ, а также при подготовке программ повышения квалификации журналистов, специализирующихся на правовой тематике.

**На защиту выносятся следующие положения** диссертационного исследования:

- 1) средства массовой информации являются одним из основных источников правовой информации для субъектов малого и среднего бизнеса;
- 2) правовая культура субъектов малого и среднего бизнеса находится на низком уровне, что мешает им эффективно заниматься хозяйственной деятельностью;
- 3) доля правовых публикаций, ориентированных на субъектов малого и среднего бизнеса, в качественных изданиях увеличивается, что говорит об

интенсификации законодательной работы органов государственной власти и росте интереса СМИ к этой теме;

4) материалы на правовую тематику для бизнеса в деловых и общественно-политических газетах меняются в разные периоды времени в зависимости от экономической повестки дня страны;

5) за два десятилетия в системе средств массовой информации прочно утвердился общемировой формат деловой прессы, все качественные деловые газеты к нему пришли;

6) на современном этапе издания мало внимания уделяют публикациям, посвященным вступившим в силу правовым актам и правоприменительной практике, что не способствует росту правовой культуры предпринимателей.

**Апробация работы.** Основные положения диссертации представлены в докладах на двух научно-практических конференциях: научно-практическая конференция «Актуальные проблемы медиаисследований-2014» на Факультете журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова (Москва, 2014) и международная научно-практическая конференция «Законодательство России и зарубежных стран: проблемы правоприменения» (Ставрополь, 2014).

Содержание диссертации нашло отражение в 6 публикациях (из них 3 статьи в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных Министерством образования и науки Российской Федерации для опубликования основных научных результатов диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук).

**Структура работы.** Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка, двух приложений.

## II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Первая глава «Роль средств массовой информации в правовом просвещении субъектов малого и среднего бизнеса» посвящена теоретическому обоснованию сформулированной в диссертационной работе проблемы. В данной главе диссертант определяет понятийно-категориальный аппарат исследования, рассматривает научное состояние исследуемой темы. В частности, анализируются существующие направления правовой журналистики: юридическое, криминальное, судебное и консультативное. Диссертант предлагает альтернативную классификацию. Она включает в себя три других направления: криминальное, судебное и законодательное. И если законодательное направление правовой журналистики можно рассматривать как тождественное юридическому направлению, то консультативное направление следует исключить из классификации, так как оно является жанром, а не типом предметной специализации.

В главе также рассматривается уровень правовой культуры субъектов малого и среднего бизнеса на современном этапе. Проведенный автором исследования экспертный опрос выявил, что уровень правовой культуры предпринимателей остается низким. Это хорошо иллюстрирует их пассивное отношение к законодательству. Как показало исследование, большинство предпринимателей (70,5 %) не осведомлены о существовании такого правового института как оценка регулирующего воздействия (ОРВ). При этом ОРВ – процедура, в ходе которой анализируются проекты нормативно-правовых актов с целью выявить в них положения, приводящие к избыточным административным и другим ограничениям в деятельности предпринимателей, а также к необоснованным расходам для бизнеса, то есть она напрямую влияет на условия ведения хозяйственной деятельности в стране. Тем не менее проведенное исследование показало, что знают о существовании ОРВ лишь 23,2 % представителей малого бизнеса, 38,5 %

представителей среднего бизнеса и 17,5 % индивидуальных предпринимателей.

На современном этапе это ничтожно мало, поскольку институт действует с 2010 г. При этом из тех, кто знает о существовании ОРВ, считают эффективной его работу 73 % индивидуальных предпринимателей, 63,2 % владельцев малого бизнеса, 80 % владельцев среднего бизнеса. То есть, правовой институт выполняет свое предназначение, но знают об этом и, как следствие, верят в букву закона и силу права лишь те, кто о нем осведомлен.

Неосведомленность субъектов малого и среднего предпринимательства приводит зачастую к плачевным последствиям. Так, не зная, что принят закон, меняющий правила налогообложения или ведения хозяйственной деятельности, предприниматель не подозревает, что ведение его дальнейшей предпринимательской деятельности может стать невозможным. Например, в 2013 г. в связи с изменениями Федерального закона от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» возникли новые обязанности у индивидуальных предпринимателей, являющихся страховыми брокерами, осуществляющих куплю-продажу драгоценных металлов и драгоценных камней, ювелирных изделий из них и лома таких изделий, а также оказывающих посреднические услуги при совершении сделок купли-продажи недвижимого имущества, неисполнение которых может повлечь наложение штрафа до одного миллиона рублей, а также приостановление деятельности.

Однако, не зная о возникновении новых обязанностей предприниматель их не выполняет. Соответственно, его дальнейшая предпринимательская деятельность оказывается под угрозой. Таким образом, нормальное функционирование бизнеса невозможно без знания действующего законодательства. В результате правовой нигилизм зачастую приводит к закрытию бизнеса.

Конечно, сегодня есть огромное количество юридических консультаций, включая и бесплатные (общественные), существуют многочисленные объединения предпринимателей и специализированные фонды поддержки малого и среднего бизнеса, которые могут предоставить любую правовую информацию. Однако они показали свою несостоятельность в решении данной проблемы, поскольку бизнес, как правило, не видит необходимости в обращении за юридической помощью. К юридической помощи предприниматели прибегают лишь в крайних случаях. Как правило, на стадии обжалования постановлений о привлечении к административной ответственности либо в рамках исполнительного производства, когда ситуацию уже сложно исправить и дело чревато немалыми штрафами или приостановлением деятельности. Это лишь одно негативное последствие правовой безграмотности предпринимательства.

Ко второму можно отнести незнание своих прав и возможностей, предоставляемых действующим законодательством и, как следствие, невозможность их использования. Государство стимулирует развитие предпринимательства при помощи финансовой и имущественной мер поддержки. Финансовая поддержка предоставляется в виде субсидий и грантов. В рамках имущественной поддержки предусмотрено строительство индустриальных парков, технопарков и бизнес-инкубаторов, бесплатное или льготное подключение к инженерным коммуникациям, предоставление недвижимого имущества на льготных условиях.

Однако узнать о причитающихся субсидиях или положенных по закону льготах, также как и о возникновении новых обязанностей, хозяйствующие субъекты могут, лишь обратившись самостоятельно в соответствующие органы. К сожалению, часто это происходит в последний момент, а зачастую и после истечения положенного срока. При этом предприниматели даже не знают, какие именно документы им необходимо предоставить. Лучше всего это иллюстрируют цифры. Так, по данным исследования общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства

«ОПОРА России», 76 % компаний не участвуют в региональных программах поддержки малого и среднего предпринимательства. Из участвующих почти четверть руководителей малых и средних производственных компаний (23 %) оценили эффективность таких программ как низкую или нулевую<sup>1</sup>.

Многие предприниматели обладают лишь минимальным набором правовых знаний, необходимых им для ведения текущей хозяйственной деятельности. При этом в обществе действует презумпция знания законов – надлежащим образом опубликованный закон известен всем с момента вступления его в силу и подлежит соблюдению всеми. Никто не может отговариваться незнанием закона (*ignorantia juris neminem excusat*)<sup>2</sup>. В результате получается, что при незнании своих прав или соответствующих конкретной ситуации правовых норм, предприниматель теряет положенные ему по закону имущественные, финансовые или иные блага. В то же время при совершении правонарушения он обязан знать нормы законодательства, и даже неосведомленность не освобождает его от ответственности. Такое противоречие действий правовых механизмов в России еще более усложняет общественную обстановку<sup>3</sup>.

Именно поэтому повышение правовой культуры субъектов малого и среднего предпринимательства на современном этапе особенно актуально. С задачей лучше всего могут справиться СМИ. В связи с высокой инфляцией законодательства в рамках правового просвещения требуется постоянно

---

<sup>1</sup> Исследование «Предпринимательский климат в России: Индекс ОПОРЫ-2012» [Электронный ресурс] // Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «ОПОРА России». URL: <http://opora.ru/legal/analysis/research/> (дата обращения 14.11.2013 г.).

<sup>2</sup> *Тилле А.А.* Презумпция знания законов // Правоведение. 1969. № 3. С.37.

<sup>3</sup> Парадокс правовых механизмов в России [Электронный ресурс] // Largo Management Group. URL: [http://largo.ru/blog/legal/post/paradoks\\_pravovykh\\_mekhanizmov\\_v\\_rossii-451/](http://largo.ru/blog/legal/post/paradoks_pravovykh_mekhanizmov_v_rossii-451/) (дата обращения: 27.12.12 г.).

освещать любые перемены в области права, которые могут оказать влияние на деятельность хозяйствующих субъектов. Вместе с тем правовое просвещение имеет своей целью не только обучить членов общества пользоваться источниками правовой информации, но и искать их самостоятельно, регулярно пополнять правовые знания. Например, журналисты могут упоминать в своих материалах порталы органов государственной власти, необходимые малым и средним предпринимателям: официальный портал поиска нормативной информации по законодательной базе РФ ([pravo.gov.ru](http://pravo.gov.ru)), систему официального опубликования правовых актов в электронном виде ([publication.pravo.gov.ru](http://publication.pravo.gov.ru)) и т.п.

Кроме того, журналистика, нацеленная на правовое просвещение субъектов малого и среднего бизнеса, сама изучает состояние законности в обществе, то есть установление соответствия или несоответствия тех или иных действий, поступков, процессов действующим правовым нормам, а также уровень правовой культуры предпринимателей и их первоочередные потребности в правовом просвещении.

Именно СМИ являются сегодня основным источником информирования граждан, в том числе в области права. Более того, газеты – наиболее доступный для широких слоев населения канал распространения правовой информации. Все остальные каналы, в том числе являющиеся институтами правовой социализации учреждения образования, юридические учреждения и пр. способны донести информацию о нормах права до ограниченного круга лиц либо в ограниченном объеме<sup>1</sup>. Тогда как газеты способны обеспечить массовый охват аудитории. СМИ дают возможность основательно разобраться в правовой информации путем неоднократного прочтения и повторения прочитанного, а также способствуют развитию аналитических способностей читателя<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Третьякова О. В. Указ. соч. С. 317

<sup>2</sup> Цит. по: Сиротин А.С. Уважение к закону. Проблемы теории и практики его формирования в России // Ежегодник истории права и правопедения. 2000. № 1. С.145.

Проведенное диссертантом исследование показало, что средства массовой информации являются вторым по значимости источником правовой информации для бизнеса. Согласно опросу, в 2014 г. источниками правовой информации для субъектов малого и среднего бизнеса являлись Интернет (81,3 %), средства массовой информации, включая их онлайн-версии (59,3 %), официальные тексты нормативных актов (52 %), окружение (партнеры по бизнесу, совместной работе) (52,7 %), случайные источники (20,1 %). При этом среди владельцев среднего бизнеса и руководителей предприятий и их заместителей доля людей, использующих СМИ как источник правовой информации, достигает 61,5 %. То есть более всего склонны доверять СМИ как источнику правовой информации владельцы среднего бизнеса и руководители предприятий (люди с высоким уровнем образования и материального достатка). В то время как доля индивидуальных предпринимателей, использующих СМИ в качестве источника правовой информации, меньше почти на 10 %. Это говорит о том, что чем выше уровень образования и материального обеспечения, тем лучше люди понимают важность СМИ в качестве источника (инструмента и субъекта) правовой информации.

Из данной главы можно сделать вывод о том, что газеты повышают уровень правовой культуры субъектов малого и среднего бизнеса. Формировать же правовую повестку дня для хозяйствующих субъектов сегодня по силам только средствам массовой информации. Журналисты сообщают о новых законодательных инициативах, напоминают о вступлении в силу законов и правил, рассказывают о правоприменительной практике, не дожидаясь запроса, то есть выступают субъектом правового просвещения предпринимателей. Тогда как Интернет может быть только инструментом. Кроме того, присутствует эффект бумеранга, когда в результате обратной связи с представителями бизнеса журналисты поднимают наиболее злободневные темы, касающиеся бизнеса.



Во второй главе «**Деловые газеты как инструмент повышения уровня правовой культуры предпринимателей**» анализируются основные типологические особенности публикаций на темы права и законодательства (в зависимости от статуса правового акта, отрасли законодательства, наличия экспертных мнений, оценки принимаемых законодателями решений и других параметров).

Диссертант установил, что публикациям на темы права в каждом временном периоде (1993, 2003 и 2013 гг.) присущи свои специфические политические и экономические особенности. Это позволило отследить всю историю становления частного предпринимательства в России с момента перехода страны от плановой модели экономики к рыночной модели.

Из данной главы видно, что доля правовых публикаций, ориентированных на субъектов малого и среднего бизнеса, в общем объеме журналистских произведений в качественных изданиях с годами увеличивается. Как показал контент-анализ публикаций на правовую тематику за 1993-2013 гг., доля таких публикаций в контенте газет возростала. Если в 1993 г. их было 3,17 %, в 2003 г. – 6,44%, то в 2013 г. доля достигла 7,84 %.

Стабильное увеличение числа публикаций говорит об интенсификации законодательной работы, а также об изменении отношения органов государственной власти к принимаемым правовым актам. Их деятельность стала более открытой, официальные сайты органов власти регулярно обновляются, также как и общегосударственные порталы [pravo.gov.ru](http://pravo.gov.ru) и [regulation.gov.ru](http://regulation.gov.ru), где журналисты и представители малого и среднего бизнеса могут ознакомиться с законодательными новациями. При этом число сторонников предпринимаемых властями действий растет. Доля публикаций, положительно оценивающих законодательную деятельность органов государственной власти, сегодня составляет 43,5 % от общего числа, тогда как двадцать лет назад она была всего 27 %. Это говорит о том, что власть не

только предпринимает правильные шаги по реформированию законодательства, но и о ее прозрачности.

При этом есть и проблемы. Так, сегодня издания мало внимания уделяют публикациям, посвященным вступившим в силу правовым актам и правоприменительной практике, что не способствует росту правовой культуры предпринимателей. Основным предметом публикаций на современном этапе стали материалы, в которых фигурирует правовой акт на стадии обсуждения или рассмотрения. Если в 2003 г. по сравнению с 1993 г. их доля увеличилась практически вдвое – с 27,8 % до 47 %, то в 2013 г. она выросла еще на треть – до 64,5 %. В то же время почти вдвое уменьшилось – с 36,9 % в 2003 г. до 18,9 % в 2013 г. – количество материалов о принятии или вступлении в силу правового акта. Доля сообщений, в которых описывается правоприменительная практика или конкретная правовая ситуация, крайне низка (16,6 % в 2013 г.). Это говорит о том, что журналисты после сообщений внесении законопроекта в Государственную думу или разработке его Правительством РФ (другим министерством, ведомством) забывают про него. В лучшем случае судьба документа отслеживается в половине ситуаций. Это очень неутешительная статистика. Если бы журналисты следили за судьбой законов постоянно и обрисовывали «болевые точки» права не периодически, многих проблем в законодательстве, возможно, удалось бы избежать.

К 2013 г. резко возросла доля публикаций с комментариями экспертов – до 99 %, а в большинстве изданий до 100 %. При этом журналисты стараются соблюдать принцип *pro* и *contra* в своих произведениях. Как правило, в материалах присутствует комментарий субъекта законодательной инициативы, представителя предпринимательского сообщества и стороннего эксперта. Такой подход демонстрируют все без исключения исследуемые издания анализируемого периода. Очевидно, что если в 2003 г. издания признавали, что материалы, в которых присутствуют специалисты, имеют больший авторитет в глаза

читателей, то в 2013 г. журналистское произведение с экспертным мнением стало просто эталоном правовой публикации. В изданиях сегодня наблюдается абсолютный примат мнений экспертов. На современном этапе журналист отстранен от сути публикации и не может высказывать собственное мнение. Он всего лишь является ретранслятором факта, зачастую его обязанности сводятся к сбору комментариев, их связке и редактированию материала. Это полностью соответствует формату материалов, публикуемых в западных деловых СМИ (газетах Financial Times и The Wall Street Journal). Если к 2003 г. стандартам западной деловой прессы соответствовали только «Ведомости» и «Коммерсантъ», то к 2013 г. стандарты деловой прессы стали поддерживать все исследуемые издания.

При этом содержание журналистских произведений соотносится с различными этапами становления рыночной экономики в стране. В частности, в 1993 г. журналисты писали о многих правовых актах после их принятия или вступления в силу. Это хоть и повышало уровень правовой информированности субъектов малого и среднего бизнеса, но решения, влияющие на хозяйственную деятельность, предприниматели могли принимать лишь с учетом уже принятых документов. На современном этапе бизнес получает информацию максимально оперативно и знает о планируемых к принятию разрабатываемых правовых актах. Это позволяет предпринимателям более эффективно планировать свою хозяйственную деятельность с учетом грядущих или возможных перемен, а также участвовать в обсуждении разрабатываемых законодательных инициатив. А значит, общий уровень правовой культуры субъектов малого и среднего бизнеса растет.

В **Заключении** диссертации подводятся общие итоги исследования, формулируются основные выводы, которые в целом соответствуют положениям, выносимым на защиту. Из данной работы можно сделать следующие выводы:

1) ежедневные качественные издания являются сегодня основным источником правовой информации для субъектов малого и среднего бизнеса;

2) доля правовых публикаций, ориентированных на субъектов малого и среднего бизнеса, в качественных изданиях увеличивается, что говорит об интенсификации законодательной работы органов государственной власти и росте интереса СМИ к этой теме;

3) за два десятилетия в системе средств массовой информации прочно утвердился общемировой формат деловой прессы, все качественные деловые газеты к нему пришли;

4) на современном этапе качественные издания мало внимания уделяют правовым публикациям, носящим прикладной характер, что не способствует росту правовой культуры предпринимателей.

Главный вывод – правовая журналистика сегодня занимает одно из важнейших мест в системе средств массовой информации России. Эта профессиональная специализация активно развивалась последние два десятилетия. Сегодня ей присущ ряд специфических особенностей, таких как абсолютный примат мнений экспертов в материалах, обязательное наличие оценки действий органов государственной власти, юридический анализ правовых актов и др. Правовая журналистика представлена в системе СМИ двумя типами изданий: качественными деловыми или общественно-политическими и специализированными. При этом в роли инструмента правового просвещения наиболее эффективно выступают ежедневные деловые или общественно-политические газеты в силу наибольшего охвата аудитории и своей оперативности.

Работу завершают два **приложения**, в которых приведены результаты опроса субъектов малого и среднего бизнеса и результаты контент-аналитического исследования журналистских публикаций на темы законодательства.

**ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ  
ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ:**

**Публикации**

**в журналах, входящих в Перечень ВАК:**

1. Березина Е.А. Правовая журналистика в системе современных средств массовой информации // Вестник РГГУ. – 2010. – № 8 (51)/10. – Серия «Журналистика. Литературная критика». – С. 144–152
2. Березина Е.А. Судебный очерк в современной журналистике // Вестник РГГУ. – 2013. – № 12 (113). – Серия «Филологические науки. Журналистика. Литературная критика». – С. 92–101
3. Березина Е.А. Средства массовой информации как инструмент правового просвещения субъектов малого и среднего бизнеса// Вестник РГГУ. – 2014. – № 12 (134). – Серия «Филологические науки. Журналистика. Литературная критика». – С. 127–136

**Прочие публикации:**

1. Березина Е. Закон приняли без бизнеса // Российская бизнес-газета. – 2014. 8 апр. – № 13 (942). С. 9–10.
2. Березина Е.А. Роль средств массовой информации в правовом просвещении субъектов малого и среднего бизнеса: Тез. докл. научно-практ. конф. «Актуальные проблемы медиаисследований-2014». – М.: Изд-во МГУ., 2014. – С. 7–8.
3. Березина Е.А. Потребность субъектов малого и среднего бизнеса в правовом просвещении // Современные тенденции и проблемы развития экономики, управления и права. Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции «Законодательство России и зарубежных стран: проблемы правоприменения» (31 мая 2014 г.) и научно-практической конференции «Современные тенденции и проблемы

развития экономики, управления и права (30 мая 2014 г.) Ставропольский филиал ФГБОУ ВПО РАНХиГС. – Ставрополь: Издательско-информационный центр «Фабула», 2014. – С. 9–21.