СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

О.В. Третьякова, кандидат политических наук, доцент, заведующая кафедрой журналистики Северного (Арктического) федерального университета; e-mail: o.tretyakova@inbox.ru

ПЛЮСЫ И МИНУСЫ МЕДИАТИЗАЦИИ ПРАВОВОЙ ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

Статья посвящена проблеме публичной презентации правовой жизни как совокупности информационного воздействия и взаимодействия правовой и информационной сферы. Автор анализирует зависимость формирования правовой культуры общества от того, каким образом события правовой жизни отражаются и интерпретируются средствами массовой информации, отмечает позитивные и негативные стороны медиатизации правовой жизни общества. В статье исследуется роль СМИ в процессе правовой социализации личности с учетом реализации функций средств массовой информации и практики общефедеральных и региональных изданий.

Ключевые слова: *средства массовой информации, правовая жизнь, медиатизация, правовая культура, правовая социализация личности.*

The article is devoted to the problem of public presentation of legal life as influence of information and interaction of legal and mass media sphere. The author analyzes legal culture's dependence on its reflection and interpretation in mass-media, and notes positive and negative aspects of mediatization of the society's political and legal life. The article analyzes the role of mass-media in the process of legal socialization of the self. The participation of journalism in the process is estimated with due regard for the functions of mass media and real practice of national and regional press.

Key words: *mass media, legal life, mediatization, legal culture, legal socialization of the self.*

Массовая коммуникация, как известно, является средством формирования «моделей» социальной реальности, циркулирующих в обществе. Коммуникативные отношения и существование системы значений, определяющие способ бытия социальной реальности, являются предметом изучения ряда социально-философских теорий (Т. Парсонс, М. Вебер, П. Бурдье, Ю. Хабермас). В результате анализа представлений в массмедиа социально-политических интересов появились теории массовой коммуникации или массовой информации (К. Левин, У. Шрамм, П. Шампань, Т. Питерсон) и получил широкое распространение термин «медиатизация политики», характеризующий взаимосвязь медийной и политической систем, изменение самого содержания политики под влиянием медиа.

Процессы медиатизации оцениваются исследователями неоднозначно, даже в рамках одной науки, например, культурологии. Н.Б. Кириллова, в частности, считает, что медиа — это не просто средство для передачи информации, «это целая среда, в которой производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды» [Кириллова, 2006, с. 12]. По мнению этого автора, таким образом происходит становление особого коммуникативного «пространства медиакультуры», где интерпретирующее понимание образно-символических посланий следует рассматривать как ключевую предпосылку социализации личности, интенсивного ее приобщения к доминантной системе ценностей. А вот С. Жижек, рассматривая современную культуру в контексте всеобщей медиатизации, пишет о виртуальной реальности так: человек, захваченный и погруженный в медиакультуру, сам становится продуктом новых медиа. Медиатизация — это процесс превращения реального объекта в искусственный: «тело, которое почти полностью "медиатизировано", функционирует с помощью протезов и говорит искусственным голосом»[1], т.е. возведение события в публичный статус медиафакта коренным образом изменяет саму природу происходящего.

С точки зрения лингвистов, медиатизация — это процесс и результат глобального воздействия на мышление индивидов при помощи медиа, выражающийся в формировании картины мира посредством специфических медийных когниотипов — когнитивных структур познания и представления реальности, — возникающих при взаимодействии индивида с глобальным информационным пространством [Рогозина, 2003, с. 121]. Таким образом, в широком (и нейтральном) смысле медиатизация — это возрастание объема и роли процессов распространения и получения опосредованной информации, заменяющей непосредственный опыт людей.

Политическое, экономическое и правовое развитие общества порождает новые запросы на содержание СМИ. Проблемы становления правового демократического государства, формирования и развития массового правосознания и правовой культуры общества, преодоления всеобщего правового нигилизма находят отражение в широко распространенных в современных медиа публикациях и передачах правовой и «криминальной» тематики. (Думается, что журналистские материалы о преступлениях тоже в определенном смысле выполняют функцию правового воспитания, и их можно отнести к освещению в средствах массовой информации правовой жизни общества.)

Отечественные правоведы обратили внимание на изучение вопросов становления правовой жизни личности и общества в конце

[1] *Жижек С.* Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия // Искусство кино. 1998. № 1. С. 126.

XX в. Категория «правовая жизнь» довольно часто употреблялась и раньше, в юридическом лексиконе конца XIX — начала XX в., достаточно упомянуть известное выражение И.А. Ильина: «Народу необходимо и достойно знать законы своей страны — это входит в состав правовой жизни» [Ильин, 1993, с. 24]. В наше время особый интерес ученых вызывают те факторы, которые сопутствуют динамичности социальных отношений, определяют тенденции их совершенствования именно в области правового пространства. Различают следующие формы бытия права: мир идей — идея права, мир знаков — правовые нормы и мир взаимодействий между социальными субъектами — правовая жизнь. А.В. Малько формулирует определение правовой жизни следующим образом: правовая жизнь общества — это форма социальной жизни, выражающаяся преимущественно в правовых актах и правоотношениях, характеризующая специфику и уровень правового развития данного общества, отношение субъектов к праву и степень удовлетворения их интересов [Малько, 2001, с. 5].

Так же, как правовая культура, правовая жизнь общества, на наш взгляд, относится, скорее, не к материальной, а к духовной сфере жизни. Однако правовая жизнь общества зависит не только от уровня развития массового правосознания, но и от правового/неправового поведения индивидов. Поэтому она представляет собой комплекс явлений, которые могут носить как позитивный, так и негативный характер. К первым относятся система права, правовые акты, юридические поступки, правоотношения и юридическая практика, законность и правопорядок, правоохранительная и правоприменительная деятельность и т.п. Ко вторым относятся негативные противоправные явления: правонарушения, преступления, злоупотребления, коррупция, деформация правосознания (правовой нигилизм). Становление позитивной правовой жизни общества взаимосвязано с системой правового информирования (просвещения), правового образования и воспитания людей.

СМИ как канал распространения правовой и правоохранительной информации

Следует отметить, что существовавшие в советские времена системы пропаганды права и правового воспитания остались в прошлом, правовое образование в постсоветской России носит ограниченный в объеме и фрагментарный характер. Такие каналы правового просвещения как центры правовой информации при публичных (общедоступных) библиотеках, компьютерные информационные правовые системы, специализированные правовые издания и официальные периодические издания распространяют правовую информацию, выраженную в нормах права. Получение

правовой информации по этим каналам требует довольно серьезных усилий со стороны неподготовленного (не имеющего юридического образования) потребителя. Скорее всего, распространяемая вышеназванными каналами правовая информация воздействует лишь на когнитивный компонент более глубоких уровней правосознания — научно-теоретического и профессионального правосознания юристов. Но эта информация практически не оказывает влияния на формирование обыденного (эмпирического) массового правосознания и на правовую психологию личности.

И только неофициальные и неспециализированные средства массовой информации способны трансформировать правовую информацию в массовую, т.е. пригодную для массового потребления. СМИ являются основным источником информирования граждан, потому что «являются едва ли не главным институтом, обеспечивающим в массовом порядке право граждан на получение информации и информированность» [Прохоров, 1999, с. 109]. Очевидно, что средствам массовой информации в целом принадлежит очень важная роль в системе источников правовой информации, хотя они и не могут дать человеку систему правовых знаний — они не для этого созданы. В печатных СМИ источниками правовой информации являются публикации под рубриками «Из зала суда», «Правосудие», «Прокурорский надзор», «Криминал», «Право», «Третья власть», «Фемида» и т.д. Диапазон жанров в периодике чрезвычайно большой: от 20-строчных информационных заметок до судебных очерков и журналистских расследований. Каждый телевизионный канал тоже считает обязательным иметь соответствующие передачи или даже блоки передач: «Криминальная Россия», «Особо опасен!», «Совершенно секретно», «Слушается дело», «Федеральный судья», «Суд идет», «Петровка, 38» и т.д. Радиоканалы предоставляют юристам возможность ответить на вопросы слушателей в передачах «Домашний адвокат», «Фемида», «Правовая академия» и др.

Всю эту информацию о правовых фактах (событиях, действиях, явлениях, поступках) можно назвать правоохранительной информацией (понятие введено автором данной работы [Третьякова, 2002, с. 44]). Она обладает не только когнитивным, но и интенциональным содержанием. Направленность сознания, воли и чувств аудитории на предмет — правовые факты и явления — способствует большей степени усвоения правоохранительной информации по сравнению с правовой по параметру восприятия. В отличие от правовой правоохранительная информация циркулирует в психологическом пространстве социума и является результатом психологической интерпретации правовых данных: воспринимается социальным субъектом осмысленной, отрефлексированной, пережитой им на разных уровнях социальной психики.

Правоохранительная информация как отражение многообразия правового пространства человека распространяется исключительно средствами массовой информации. Содержание правоохранительной информации тесно связано с конкретными, «жизненными» (или «житейскими») правовыми ситуациями, при отражении которых в СМИ ставятся вопросы нарушаемых кем-то или охраняемых полицией, прокуратурой или судом прав граждан. Определяющее влияние на характер правоохранительной информации имеет в большинстве случаев ее содержание («охрана прав»). Особенностью правоохранительной информации является обеспечение одной из главных базовых потребностей человека — безопасности. При этом в отличие от правовой, правоохранительная информация, включающая в качестве психологической доминанты удовлетворение базальной потребности в безопасности, содержит в себе нормы права в таком психосемантическом контексте, который позволяет аудитории СМИ усваивать сложные юридические понятия без особого волевого и эмоционального напряжения.

Благодаря когнитивной функции сознания, потребители правоохранительной информации воспроизводят в своем сознании ситуации, отраженные в передачах и публикациях на правовые темы, представляют себя на месте участников отображаемых криминальных событий или судебных разбирательств, и это оказывает особое влияние на формирование их правовой психологии — психологического, эмоционального компонента правосознания. Так нормативный материал становится основой для производства правоохранительной информации, воздействующей на массовое сознание и формирующей правовое сознание населения. Еще один источник производства правоохранительной информации — правоохранительная и правоприменительная деятельность государственных органов: полиции, прокуратуры, суда.

Процесс производства и распространения в СМИ правоохранительной информации, а через него и процесс проникновения правовой жизни общества в информационное пространство также можно отнести к медиатизации правовой жизни общества. Этот процесс представляет собой совокупность информационного воздействия и взаимодействия правовой и информационной сферы через публичную презентацию правовой жизни. При этом следует отметить, что медиатизация правовой жизни общества — это не только информационное обеспечение функционирования правовой сферы или перенос ее в сферу массмедиа, но и все возрастающая зависимость правовой культуры общества от того, каким образом и насколько полно СМИ отражают и интерпретируют события правовой жизни.

Роль СМИ в развитии правовой культуры общества

Для российской медиатизированной политики характерно явление, называемое исследователями российских коммуникаций «информационной вертикалью». Эта вертикаль основывается на построении односторонней коммуникации, выстраивается «сверху вниз» на заранее предложенных темах, проблемах и мнениях, которыми подменяется информация. (Двусторонняя коммуникация постепенно переместилась в виртуальное пространство Интернета.) Такая информационная вертикаль характерна и для медиатизации правовой жизни: «нужная» повестка дня с помощью массмедиа устанавливается «сверху». Президент Российской Федерации Д.А. Медведев с самого начала своего президентского срока не раз высказывался о низком уровне правосознания населения: «Россия — страна правового нигилизма, таким уровнем пренебрежения к праву не может похвастаться» ни одна европейская страна...»[2].

Можно предположить, что руководство страны придает большое значение развитию правовой культуры современного российского общества.

Не случайно на российском телевидении в 2008 г. появился первый правовой телеканал «Закон ТВ», включенный в базовый пакет системы спутникового телевидения «НТВ-Плюс». На государственном телерадиоканале «Россия 1» создана Служба правовой информации. Конституционным, Верховным и Высшим арбитражным судами и РИА «Новости» в феврале 2009 г. был учрежден интернет-портал РАПСИ — Российское агентство правовой и судебной информации, главной задачей которого является оперативное, объективное и системное освещение деятельности российской системы судопроизводства. 1 июля 2010 г. вступил в силу новый Закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации», предусматривающий создание судами интернет-сайтов для размещения судебных актов и электронной почты, по которой граждане смогут отправлять запросы о предоставлении правовой информации. В мае 2008 г. была создана Общероссийская общественная организация «Российская ассоциация правовых журналистов», которую возглавил главный редактор журнала «Человек и закон», генеральный директор ЗАО «Издательская группа «Юрист», член Общественной палаты В.В. Гриб. Ассоциация учреждена в целях более успешной реализации творческих, информационных, издательских программ и проектов, консолидации журналистов и правоведов, усилению их роли и влияния в современном обществе.

---

[2] *Кудрикова В.* Дмитрий Медведев: «Россия — страна правового нигилизма» // Труд. 2008. 23 января. С. 1.

Роль СМИ в формировании и развитии правовой культуры общества определяется в том числе их участием в правовой социализации личности. К институтам правовой социализации обычно относят семью, группу, коллектив, школу, средние и высшие учебные заведения, армию, органы внутренних дел, прокуратуру, адвокатуру, общественные организации. Агенты правовой социализации — это родственники, друзья, учителя, тренеры, юристы, коллеги, т.е. все, с кем общается человек. Первичная социализация происходит, как правило, в детском возрасте, в сфере межличностных отношений в малых группах, под влиянием агентов социализации. Вторичная социализация происходит на уровне больших социальных групп и институтов.

Следует отметить, что ни в одной из теоретических разработок автору данной статьи не удалось обнаружить включение СМИ в перечень институтов правовой социализации, до сих пор нет специальных исследований, посвященных формам и способам участия журналистов и журналистики в правовой социализации личности. В то же время «ценностно-регулирующая и социально-организующая роль общенациональных СМИ не может быть заменена другими институтами (школой, церковью, устной пропагандой), поскольку именно СМИ имеют уникально широкий охват и способны доносить универсальное по предмету и социальным последствиям содержание» [Фомичева, 2007, с. 73]. Именно средства массовой информации, как мы уже показали, являются сегодня основным и наиболее доступным источником информирования граждан, в том числе в области права.

Вслед за известным социологом И.С. Коном юристы В.Н. Кудрявцев и В.П. Казимирчук выделяют следующие пути правовой социализации: посредством научения, передачи опыта и «символической» социализации [Кон, 1967, с. 39; Кудрявцев и Казимирчук, 1995, с. 108—109]. Правовая социализация посредством научения заключается в приобретении правовых знаний и усвоении соответствующих норм. Целью правовой социализации является правовая информированность, выработка уважительного отношения к праву и закону, привитие навыков законопослушного поведения, умения защитить свои права и свободы. Следовательно, правовая социализация имеет когнитивный, аксиологический и поведенческий аспекты.

Отражая правовую действительность, рассказывая о правонарушениях либо о примерах правомерного поведения людей, журналисты передают читателям, зрителям и слушателям определенные правовые знания. Так средства массовой информации участвуют в правовой социализации, выполняя функцию правового просвещения, которая реализуется с помощью когнитивного метода

убеждения — указания на целесообразность, желательность определенного варианта поведения, подсказки решения по какому-то вопросу. Наиболее часто в прессе для этого используются такие способы, как разъяснение, рекомендация, консультация, совет и комментарий, ответы юристов на вопросы читателей.

Одним из основных источников правовых знаний в настоящее время является «Российская газета», в которой публикуются законодательные акты, а также комментарии и статьи на правовые темы. Замечательным примером правового просвещения является рубрика «Полезная книжка». С октября 2001 г. здесь публикуются юридические консультации по вопросам пенсионного, налогового и трудового законодательства, по проблемам медицинского страхования, льгот, приватизации жилья, по правилам дорожного движения и др. Частично эти публикации являются ответами на вопросы читателей «Российской газеты».

Рубрики «Вопрос — ответ», «Домашний адвокат», «Юридический ликбез», «Вопрос юристу» весьма популярны как в общенациональной, так и в региональной и местной прессе: трудно назвать хотя бы одну газету в Архангельской области, которая с разной периодичностью не разъясняла бы своим читателям те или иные правовые вопросы. Однако еще чаще в местной прессе публикуются сводки происшествий, тематические полосы или рубрики с названиями «ОВД информирует», «ГИБДД сообщает», «Криминальная хроника», «Происшествия» и т.п. В городских и районных изданиях чаще, чем в прессе федерального и регионального уровней, публикуется статистика правонарушений, отчеты о работе органов внутренних дел и прокуратуры, интервью с должностными лицами правоохранительных органов. Все эти публикации также имеют просветительскую направленность.

Создатели правового телеканала «Закон ТВ» (Ассоциация юристов России и холдинг «Газпром-Медиа») позиционируют его как непосредственно направленный на правовое просвещение граждан. В его передачах известные российские юристы рассказывают об актуальных правовых проблемах, с которыми ежедневно сталкиваются телезрители, анализируют реальные истории из судебной практики, комментируют законодательство.

Когнитивный аспект правовой социализации тесно связан с аксиологическим: содержание публикаций и передач, пропагандирующих право, оказывает влияние не только на рациональный, но и на эмоциональный компонент правосознания — правовые ценности и ориентиры, отношение к праву. Переход правовых знаний в убеждения осуществляется с помощью средств массовой информации, которые реализуют функцию ориентации. Получив из СМИ информацию о правовых нормах, человек может дать оценку пра-

вовым (или не правовым) поступкам и явлениям, осознать жизненную ценность права, его значение для себя и окружающих. По публикациям об уголовных делах читатели судят об эффективности деятельности правоохранительных органов и судебной власти, о правовых гарантиях защищенности их социальных благ, что является еще одним фактором формирования отношения к праву.

Аксиологический аспект правовой социализации, в свою очередь, тесно связан с поведенческим — с формированием правовых установок и привычек правомерного поведения. Средства массовой информации прививают читателям, радиослушателям и телезрителям навыки законопослушного поведения, реализуя функцию правовой агитации, цель которой — побудить к конкретному действию (поведению), воздействуя на чувства и эмоции личности. Аффективный метод внушения, наиболее часто применяемый в агитации, проявляется в журналистике тогда, когда авторы публикаций и передач на конкретных примерах показывают аудитории: поступать по закону более правильно и выгодно, а нарушать закон — невыгодно.

Одни передачи и публикации описывают такую схему действий непосредственно, как, например, телепередача «Участок» на Первом канале — передача о тех, кто столкнулся с преступником, и для тех, кто хотел бы такого столкновения избежать, — или публикации типа «Всем кричать! Россиянам пора учиться «качать» свои права» («Аргументы и факты», № 1 за 2010 г.). Другие рассказывают о конкретных правовых или криминальных явлениях, как, например, публикация «Сезон открытых дверей» о летнем всплеске квартирных краж («Известия», 3 июня 2010 г.), в которой перечисляются «средства по отпугиванию воров». Третьи показывают алгоритм действий «между строк», просто сообщая о правомерных действиях людей в тех или иных ситуациях.

Средства массовой информации участвуют на каждой стадии процесса правовой социализации, в том числе и первичной, хотя традиционно принято считать, что в детском возрасте агентами правовой социализации могут быть только люди, с которыми непосредственно общаются дети. Однако детские газеты и журналы, радио- и телепередачи для детей также могут в доступной форме объяснять своей аудитории, что такое законы, почему нельзя их нарушать, чем занимается полиция, кого и за что судят в суде и т.п. В журнале «Мурзилка» существует рубрика «Школа безопасности», в которой на понятном для детей дошкольного возраста языке разъясняются правила поведения на дорогах, во дворах и в супермаркетах. В рубрике «Поговорим по душам» журналисты ведут со своими маленькими читателями беседы, например, о честности, — рассказывая историю о мальчике, который воровал конфеты, и о том, к чему это привело («Мурзилка», № 6 за 2010 г.).

Хороший пример участия СМИ в первичной правовой социализации демонстрирует раздел «Судебная власть» на сайте Президента Российской Федерации www.uznai-prezidenta.ru, предназначенном для школьников. Этот раздел создан в мае 2009 г. для того, чтобы объяснить детям, как устроена судебная власть. Детский писатель Григорий Остер объясняет юным посетителям сайта, что «суд нужен для того, чтобы защитить невиновных от несправедливых обвинений» и т.п. Средства массовой информации могут поддержать также инициативу ГУВД Нижнего Новгорода, выпустившего Уголовный кодекс Российской Федерации в комиксах. Книжка представляет собой иллюстрированное изложение наиболее «популярных» у подростков статей Уголовного кодекса: «Кража», «Грабеж», «Хулиганство», «Ложное сообщение о заложенном взрывном устройстве» и других. Картинки о похождениях героя анекдотов Вовочки призваны доходчиво объяснить детям, что такое преступление и какое наказание за это грозит[3]. Подобное представление сложного для детей материала способствует его усвоению, а также вполне вписывается в концепцию визуализации печатных СМИ и может стать эффективным средством первичной правовой социализации их детской аудитории.

Следует отметить, что правовая социализация — явление неоднозначное, наряду с безусловно позитивными элементами она может включать в себя и имеющие разрушительный характер для личности. И агенты, и институты социализации могут стать ее контрагентами, которые, по определению М.Ю. Попова, представляют собой формальные и неформальные социальные группы, исповедующие асоциальную и криминальную идеологию, генерирующие идеи и установки, которые вступают в конфронтацию с общественной моралью и правом [Попов, 2006, с. 14].

Средства массовой информации как институт правовой социализации тоже могут стать таким контрагентом. Просмотр телепередач, содержащих агрессию и насилие, тесно связан с антисоциальным поведением. Если подросток через несколько дней после просмотра передачи с перестрелкой открывает стрельбу по своим одноклассникам, то вполне вероятно, что до просмотра он не подозревал, что поступит именно так. Это, пожалуй, наиболее страшный пример моделирования усвоенного из СМИ поведения, феномена под названием «научение через наблюдение», который можно назвать неправовой или антиправовой социализацией личности. Психологами не однажды доказано, что антисоциальное поведение детей и подростков связано с просмотром передач, содержащих антисоциальные сцены [Гриценко, 2002, с. 90—96].

[3] *Щербакова М.* Уголовный комикс // Известия. 2008. 12 декабря. С. 3.

Таким образом, участие СМИ в формировании и развитии правовой культуры общества может быть конструктивным, т.е. иметь когнитивный, аксиологический и поведенческий эффекты. А может иметь и дисфункциональный эффект, снижающий уровень правосознания граждан. И эти эффекты напрямую связаны с достоинствами и недостатками медиатизации правовой жизни общества.

Специфика судебной журналистики

С одной стороны, представляя медиакартину правовой жизни общества, СМИ дают читателям, зрителям и слушателям большой объем правовой информации, обеспечивая правовую информированность общества как часть его правового сознания и правовой культуры. С другой стороны, в процессе медиатизации используется способ формирования правосознания не через обучение и не через практику, а через телевизионную «картинку», и этот способ имеет ряд существенных недостатков. Проявляются минусы медиатизации правовой жизни общества и в целом в специфике современной судебной журналистики.

В реальности правовая жизнь общества очень часто сопряжена с нешуточными проблемами и переживаниями, человеческими драмами и трагедиями. А телевидение превращает эту реальность в шоу, непрерывный детективный спектакль, бесконечную череду сериалов и развлекательных передач. Детальный анализ манипулирования сознанием человека, живущего в современном «обществе спектакля», дал французский философ Ги Дебор в известной книге «Общество спектакля» (“La Société du spectacle”). Он показал, что современные технологии манипуляции сознанием через СМИ способны разрушить в человеке знание, полученное от реального исторического и жизненного опыта, заменить его искусственно сконструированной СМИ иллюзией знания.

В телепередачах типа «Детективы», «Адвокатские истории», «Кулагин и партнеры», «Суд присяжных», «Брачное чтиво» исчезает грань между реальными событиями и спектаклем, и телезрители теряют ощущение реальности, перестают понимать, где игра актеров, а где реальная жизнь. Что это льется на экране телевизора: кровь или краска? Эти люди на самом деле убиты или «играют смерть»? С помощью СМИ происходит формирование «иной» системы ценностей, в которой кровь становится клюквенным соком, а стоны отчаяния — обыденными и привычными, будто все это не взаправду. Телезритель, погруженный в такой спектакль, утрачивает в реальной жизни способность к эмпатии как к сопереживанию, сочувствию, у него повышается болевой порог, снижается цензура ранее усвоенных ценностей или, напротив, появляется чувство не-

защищенности и безысходности. Мощным оружием «общества спектакля» является низведение самых серьезных вещей до уровня смешного, забавного, абсурдного. Пародисты и клоуны, анекдоты, юмористические передачи, комедийные сериалы (например, «Однажды в милиции» на ДТВ) заставляют человека смеяться над вещами, которые по идее должны внушать уважение. В результате такой медиатизации правовой реальности в обществе формируется весьма специфическая правовая культура.

Другой недостаток медиатизации правовой жизни, на наш взгляд, — редукционизм или упрощенчество. Средства массовой информации превращают любую реальную проблему в модель, но делают это, в отличие от науки, не с целью познания, а с целью непосредственной манипуляции сознанием. Журналисты иногда механически подгоняют сложные, нестабильные и неоднозначные социальные, политические, экономические, правовые явления под какую-то простую, устойчивую, универсальную формулу. По их мнению такого рода информацию аудитория должна воспринимать без всяких усилий и, следовательно, без критического осмысления. Вот почему реальные проблемы правовой политики государства, противоречия правовой практики, незавершенность судебно-правовой реформы и другие коллизии правовой жизни сводятся к предельно упрощенным и легким для восприятия аудиторией СМИ телеимитациям судебных процессов и «докудрамам» о работе частных детективных агентств. (Впрочем, журналисты и сами иногда считают, что упрощенчество, «заменяя великую простоту, никому нынче не нужную и даже отчасти гонимую, делает разноцветное серым, а разнообразное плоским»[4].)

Телевидение, как известно, поощряет мифотворчество: большинство приговоров, которые выносятся судьями в некоторых судебных телешоу («Федеральный судья», «Суд идет»), — оправдательные, что явно не соответствует реальной статистике. И это очень опасно, потому что социальные и политические мифы в массовом сознании мешают людям составлять правильное мнение, принимать разумные решения и делать правильный выбор. В телевизионных судебных процессах часто разыгрываются невозможные в реальной жизни скандальные сцены, потому что на экране накал страстей, эмоций, динамики должен быть сильнее, как этого требует формат телевизионного шоу. А в конце передачи судьи объясняют участникам процесса и зрителям, почему они приняли именно такое, а не другое решение, и эти комментарии выглядят как оправдание судей перед теми, кого не удовлетворил вердикт, — и авторитета правосудию это не добавляет. Однако, в отличие от

[4] *Мамонтов В.* Упрощай — заряжай — пали // Известия. 2010. 2 августа. С. 8.

судей, телекритики оценивают эти программы в целом положительно: «Телевизионные судебные процессы, просвещая, развлекают и, развлекая, просвещают, ликвидируя при этом тотальную правовую безграмотность нашего населения и прививая нам зачатки правового сознания»[5]. Действительно, по меньшей мере эти передачи закрепляют в массовом правосознании идею разрешения многих проблем и конфликтов с помощью суда.

Журналисты часто проводят отбор сообщений, руководствуясь собственными или выработанными в обществе стереотипами. Публикации о преступлениях готовятся по трафарету: берется расследованное или рассмотренное дело, более или менее связно излагается его фабула, живописуются «бьющие по нервам» детали... Как убеждает большинство журналистских текстов о преступлениях, их авторы предпочитают держаться от описываемых людей и событий на безопасном расстоянии, пользуясь вторичной информацией. Так создаются стерильные тексты, в которых нет ни личных впечатлений, ни собственных мыслей автора. Тем временем только непосредственные наблюдения и беседы с участниками происшествий могут помочь журналисту найти нестандартный поворот темы, оригинальный ход изложения, избавиться от шаблонности в описании характеров. Повествуя о судебных делах или происшествиях, порой трагических или драматичных, невозможно обойтись без эмоциональности и своеобразия стиля. При отсутствии такого творческого подхода и идут в ход шаблоны и стереотипы — заведомое упрощение смысла, попытка замаскировать недостаток фактов или недостаток правовой грамотности.

Суд как таковой прессу почти не интересует. Крайне редко выходят в свет публикации и передачи, связанные с ходом судебной реформы, с внутренними проблемами судебной системы, с жизнью судейского сообщества. Качественные СМИ пишут либо о масштабных, «громких» преступлениях, либо о случаях из жизни частных лиц, причем главный принцип отбора — типичность таких случаев, а не пикантность и сенсационность, как это практикуют (а порой и «раздувают») газеты бульварного типа. Местные, районные газеты освещают в основном уголовные дела, связанные с преступлениями на бытовой почве, и эти публикации часто носят назидательный характер, что уже совершенно несвойственно российской журналистике постсоветского периода. А гражданские дела интересуют журналистов лишь в тех случаях, когда судебные решения касаются большого круга лиц (оспаривание повышения коммунальных тарифов, возмещение вреда жителям сошедшего со свай дома и т.д.).

[5] *Петровская И.* Суды идут // Известия. 2005. № 136. С. 8.

Таким образом, судебная тематика раскрывается в печатных СМИ еще недостаточно полно. Жанровая система судебной журналистики ограничивается информационной заметкой и корреспонденцией «из зала суда». Судьи и суды в таких публикациях лишь упоминаются в том или ином контексте. При этом журналисты, как правило, все яркие краски и эмоции отдают фигурантам судебных дел, а суд и судьи обычно изображаются в стереотипизированной форме безликой и бездушной государственной машины, «штампующей» приговоры и решения. В подавляющем большинстве заметок даже не упоминаются фамилии тех, кто вершит правосудие. Публикации, посвященные непосредственно судьям, в прессе появляются крайне редко, да и в них в основном отмечается, как правило, лишь ролевая функция судьи, что вряд ли может способствовать росту авторитета судебной власти, доверия к правосудию, а в конечном итоге — повышению уровня правовой культуры общества.

Отказаться от стереотипных суждений и оценок, от клишированных образов в судебной журналистике можно с помощью персонализации — процесса, в результате которого председатель суда, судья или помощник судьи сможет выступать в общественной жизни как личность. Это не только интервью с председателем районного суда о том, какие пироги она умеет печь, а раскрытие индивидуальности человека, его профессионального опыта, мыслей о проблемах правоприменительной практики и т.д. Однако судьи, как правило, не стремятся к контактам с журналистами, поэтому в широком распространении указанного выше стереотипа (суд — это «судебная машина», причем «громоздкая и неповоротливая»), виноваты отчасти и сами судьи. Для того чтобы создавать качественные журналистские произведения о работе судов, сведений, размещаемых на интернет-ресурсах, совершенно недостаточно. Необходимо посещение журналистами судебных процессов и «живое» общение с их участниками, в том числе с судьями. Отсутствие эффективного механизма взаимодействия судей и журналистов приводит к информационному вакууму, а вследствие этого — к возникновению ложных стереотипов восприятия судов как закрытой системы. Предоставление журналистам «отфильтрованной», дозированной информации ведет к распространению через СМИ слухов и домыслов, к искажению картины деятельности судов.

Таким образом, роль судебной журналистики в развитии правовой культуры общества обусловлена следующими факторами: 1) открытость судов, включающая в себя не только неограниченный (за исключением установленных законом ситуаций) доступ журналистов к судебной информации, но и публичное обсуждение в прессе внутренних проблем судебной системы и жизни судейского сооб-

щества; 2) создание публикаций и передач, рассказывающих о судьях; отказ от обезличенного образа судьи как винтика судебной машины с помощью персонализации; 3) освещение в прессе дел, при рассмотрении которых суд восстанавливает нарушенное право, защищает человека от произвола чиновников, полицейских и т.д.; акцентирование внимания аудитории на законности и справедливости судебных решений.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что медиатизация правовой жизни подразумевает перемещение правовой культуры общества в символическое пространство СМИ. Журналист становится важным агентом по формулированию концептуальных схем интерпретации правовой культуры, а средства массовой информации — основным технологическим ресурсом. Переживание людьми медиатизированной правовой реальности порой формирует в обществе весьма специфическую систему правовых ценностей. Поэтому интенсификация процессов медиатизации правовой жизни вызывает необходимость обратить особое внимание на анализ правовой культуры журналиста, который является одним из субъектов формирования правовой культуры общества.

Следует отметить, что интернет-СМИ и социальные сети, ставшие новым институтом социализации личности, отличаются оперативностью и возможностью обратной связи, и эти качества активно используют в поисках информации и общения различные социальные группы и прежде всего молодежь. Медиатизация правовой жизни с помощью Интернета имеет свою специфику: индивиды и группы, использующие социальные сети, не только становятся объектом информационно-правового воздействия, но способны стать субъектом формирования массового правосознания. Поэтому информацию правового характера, размещаемую в Интернете, необходимо рассматривать как имеющую большое влияние на правовую социализацию личности и развитие правовой культуры общества, однако надо полагать, что этот вопрос требует специального глубокого исследования.

Список литературы

Грищенко А.В. Влияние сцен насилия, демонстрируемых на телеэкране, на поведение детей и подростков в реальной жизни. СПб., 2002.

Ильин И.А. О сущности правосознания. М., 1993.

Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М., 2006.

Кон И.С. Социология личности. М., 1967.

Кудрявцев В.Н., Казимирчук В.П. Современная социология права: Учебник для вузов. М., 1995.

Малько А.В. Категория «правовая жизнь»: проблемы становления // Государство и право. 2001. № 5.

Попов М.Ю. Правовая социализация личности как ресурс становления социального порядка в российском обществе: Автореф. дисс. ... докт. социол. наук. Ростов-на-Дону, 2006.

Прохоров Е.П. Право журналиста на информацию во имя реализации права аудитории на информированность / Российский и зарубежный опыт правового регулирования доступа граждан к правовой информации. М., 1999.

Рогозина И.В. Функции и структура медиа-картины мира / Методология современной психолингвистики: Сборник статей. М.; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003.

Третьякова О.В. Правоохранительная информация в системе формирования правового сознания: Дисс. ... канд. полит. наук. М.: РАГС, 2002.

Фомичева И.Д. Социология СМИ: Учеб. пособие. М., 2007.

Поступила в редакцию
17.02.2011