Д.Ю. Мартынкина, аспирант кафедры истории и правового регулирования отечественных СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: dmartin@inbox.ru

ПРАВОВОЕ ПРОСВЕЩЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ ЧЕРЕЗ ПЕЧАТНЫЕ СМИ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Автор описывает правовое просвещение населения через печатные СМИ в РФ на современном этапе и в СССР в 1970—1991 гг. Формулирует рекомендации по совершенствованию данной деятельности.

Ключевые слова: *правовая культура, печатные СМИ, правовое просвещение населения.*

Author describes legal information through the press in the Russian Federation in the modern times and in the USSR in 1970—1991. The recommendations to improve these activities are pointed out.

Key words: *legal culture, press, legal information.*

Правовое просвещение населения России сегодня стоит на повестке дня, что неоднократно отмечалось высшим руководством страны. “Главное в правовом государстве — это уровень правовой культуры граждан, их готовность следовать закону и видеть в этом свой непосредственный интерес”, — заявил на съезде Ассоциации юристов России Д. Медведев. Для повышения этого уровня, уверен он, необходимо отладить систему правового просвещения таким образом, чтобы к ней были подключены школы, клубы, СМИ [Кузьмин, 2008, с. 1].

Правовое просвещение населения является важнейшим фактором формирования правовой культуры населения, высокий уровень которой необходим для создания гражданского общества и правового государства. Как отмечает Е.В. Зарубина, “...без изменения отношения к праву, без преодоления правового нигилизма все наши реформы ведут в тупик. Без решения этой задачи невозможно создать правовое государство, которое будет служить гарантом спокойного, цивилизованного разрешения возникающих в обществе проблем и противоречий, обеспечит закрепление действительных позитивных преобразований в экономике, социальной сфере, политике” [Зарубина, 1999, с. 24].

Исследователь Е.Е. Гришнова в монографии “Правовая культура в политическом пространстве современной России” выделяет несколько субъектов формирования правовой культуры. Руководствуясь критерием эффективности их социально значимой деятельности, она выделяет базовый субъект формирования правовой

культуры — государство, обладающее наибольшими возможностями влиять на общество. “Далее, на наш взгляд, следует семья, которая, несмотря на все социальные трансформации, осталась основной ячейкой общества и в наименьшей степени подвержена политическому влиянию государства. И лишь затем следуют учебные заведения, СМИ и общественные организации... В настоящее время в российском обществе довольно широко распространено мнение о том, что именно СМИ формируют многие мнения, привычки, традиции, образцы поведения и т.д. С этим трудно не согласиться, поскольку данные многочисленных социологических опросов подтверждают именно такую тенденцию” [Гришнова, 2005, с. 95—96].

Таким образом, по мнению Е.Е. Гришновой, СМИ как субъект формирования правовой культуры стоят после государства и семьи. Однако, по нашему мнению, СМИ в этом качестве занимают особую позицию. Особенности данной позиции заключаются в следующем:

1. Влияние СМИ является массовым в силу природы этих средств информации. Ни общественные организации, ни учебные заведения, ни другие субъекты формирования правовой культуры не способны обеспечить воздействия на такой обширный круг лиц, на который воздействуют СМИ.

2. СМИ формируют правовую культуру населения непрерывно, в то время как другие субъекты осуществляют такое воздействие срочно, периодически либо нерегулярно. Так, учебные заведения формируют правовую культуру своих воспитанников только в период обучения. Общественные организации осуществляют такую работу периодически либо нерегулярно и т. п.

3. Воздействие СМИ, производимое в целях формирования правовой культуры, осуществляется в особой форме, способствующей лучшему усвоению информации. Оно может быть сопряжено с осуществлением других функций СМИ — коммуникативной, непосредственно организаторской, идеологической, культурно-образовательной, рекламно-справочной, рекреативной [Прохоров, 2009].

История

Обратимся к опыту правовой пропаганды через печатные СМИ в СССР с 1970 по 1991 г. Этот период в истории печати СССР примечателен тем, что тогда была практически с нуля организована система правовой пропаганды через СМИ. Об успехах проведенных мероприятий говорят объективные данные. Так, количество публикаций по правовой тематике в “Литературной газете” в 1975 г. составляло 56, в 1976 г. уже 70 и далее наблюдался пропорциональный их рост [Керимов, Мицкевич, Шамба, 1983, с. 165]. В 1971 г.

основан журнал "Человек и закон" — орган Министерства юстиции СССР. Уже в 1973 г. его тираж достиг 3 млн экземпляров [Агешин, 1973, с. 50], позже — 10 млн экземпляров. Есть масса свидетельств современников о том, что этот журнал был очень интересен читателям. В газете "Советский Сахалин" в 1970-х гг. страница правовых знаний "Человек и закон" выходила раз в квартал. В 1980-х она стала ежемесячной. Страницы правовых знаний также после 1983 г. стали выходить во ВСЕХ районных газетах Сахалинской области [Киселева, 1985, с. 245].

Эти и другие факты приводят к достоверному выводу: в СССР с 1970 по 1991 г. «трудно обнаружить какой-либо орган массовой информации (центральный либо местный), в котором в большей или меньшей мере не освещались бы вопросы права и законности, с разной степенью интенсивности не помещалась бы правовая информация» [Керимов, Мицкевич, Шамба, 1983, с. 147]. Причем тексты на правовые темы действительно пользовались у читателей популярностью.

Обобщая исследования, проведенные в Ярославской обл. (1973), Латвийской ССР (1973), Таджикской ССР (1973), Орске (1977), Марийской АССР (1978), Молдавской ССР (1978), авторы книги "Организация и эффективность правового воспитания" приходят к выводу: "Исследования подтверждают значительный интерес к юридической информации всех без исключения социальных групп во всех изучавшихся регионах. Граждане обращаются за получением такой информации практически ко всем ее источникам (официальным изданиям, средствам массовой информации, юридическим органам и т.п.)... Наибольшее предпочтение отдается при этом СМИ. Это характерно для всех социально-демографических групп, но прежде всего для рабочих и колхозников, инженерно-технических работников, лиц со средним образованием, в возрасте до 19 лет и старше 30" [там же, с.163].

Каким образом советской пропаганде через печатные СМИ в анализируемый период удалось достичь таких успехов? Остановимся на самых важных моментах.

1. Совершенствованию правовой пропаганды был посвящен ряд постановлений ЦК КПСС (в частности, постановление от 15 сентября 1970 г. "О мерах по улучшению правового воспитания трудящихся"), в которых подчеркивалась важность такой деятельности. Первая волна внимания к этому вопросу была вызвана речью генерального секретаря ЦК КПСС Л.И. Брежнева перед избирателями Бауманского избирательного округа 13 июня 1970 г., в которой он подчеркнул необходимость усиления пропаганды советских законов.

2. Руководствуясь постановлениями ЦК КПСС, к правопропагандистской деятельности активно подключились юристы (адвокаты, сотрудники органов внутренних дел, прокуратуры и т.п.). Они

сами готовили статьи для печатных СМИ, консультировали журналистов, рецензировали материалы перед публикацией.

3. При редакциях газет и журналов с помощью органов юстиции были созданы общественные юридические советы либо нештатные отделы социалистической законности. В эти советы (отделы) вошли сотрудники редакции и юристы. Некоторые издания договорились о сотрудничестве с юридическими отделами ведомств и организаций. Например, помощь газете "Труд" оказывал юротдел ВЦСПС, газете "Сельская жизнь" — юротдел Министерства сельского хозяйства СССР. Советы (отделы) регулярно проводили заседания, на которых обсуждали наиболее актуальные вопросы правовой пропаганды, работу с ними редакции. Для координации работы советов (отделов) по правовому воспитанию населения были созданы координационно-методические советы по правовой пропаганде при территориальных органах Министерства юстиции СССР.

4. Руководство КПСС и СССР поставило перед прессой задачу расширить жанровый состав публикаций по правовой тематике. И эта задача была выполнена. Так, в период 1968—1969 гг. подавляющее большинство публикаций, помещенных в газетах, относится к трем жанрам — судебной хронике (44%), очерку (42%), фельетону (8%). В то время комментарии к законодательству и консультации на правовые темы составляли всего около 3% [Павлов, 1972, с. 67].

Однако уже в 1974 г. исследователь Н.Я. Соколов отмечал, что, «обращаясь к правовой теме, редакции газет и журналов прибегают к различным жанрам: проблемные и постановочные статьи юристов, статьи по конкретному случаю нарушения закона, судебные репортажи и очерки, репортажи из кабинета следователя, заметки "Из зала суда", комментарии и консультации юристов, письма и ответы на них» [Соколов, 1974, с. 57—58]. Важную роль в правовом воспитании населения играли рубрики, в которых рассказывалось о мерах, решениях, принятых по итогам ранее опубликованных материалов.

5. Огромная заслуга советских печатных СМИ в 1970—1980-е гг. заключалась в том, что они смогли наладить систематическую работу по правовой пропаганде. У каждого СМИ был план таких публикаций. Регулярно выходили материалы с откликом на предыдущие публикации. Газеты и журналы не стеснялись повторять информацию в разных видах, чтобы население лучше ее усваивало.

6. В 1970—1980-х гг. в СССР были разработаны дефиниции понятий, связанных с правопропагандистской деятельностью, описаны направления правовой пропаганды в печати, принципы правовой пропаганды, требования к выступлениям на правовые темы, сформулированы критические замечания к существующей системе правовой пропаганды.

Современность

Объективные данные свидетельствуют о том, что правовое просвещение населения через печатные СМИ сегодня организовано далеко не идеальным образом. Материалы по правовой тематике встречаются в федеральных общественно-политических изданиях достаточно редко. Для этих материалов в большинстве газет не предусмотрено специальных рубрик, поэтому появление таких текстов носит несистематический, случайный характер. Кроме того, в материалах печатных СМИ масса неточностей и ошибок, связанных с незнанием, непониманием либо неправильной трактовкой законов и подзаконных актов журналистами. В редакции приходит много писем читателей, в которых они требуют уточнить ту или иную правовую информацию, дать юридическую консультацию. Однако значительная часть таких запросов остается без ответа.

Несмотря на то что борьба с правовым нигилизмом обозначается руководством страны как одна из задач внутренней политики, не принято концепции правового просвещения населения РФ. Документов, регламентирующих подобную деятельность, нет ни у одного государственного издания, не говоря уже о частных, которые также могли бы системно освещать правовые вопросы на своих страницах.

Таким образом, деятельность по правовому просвещению населения в РФ нуждается в совершенствовании. Для этих целей предлагается использовать опыт СССР 1970—1991 гг., подвергнув его критическому осмыслению с учетом нескольких моментов:

— необходимо отбросить ряд идеологических положений, характерных для дискурса советского периода.

— до начала перестройки все СМИ в СССР были государственными, соответственно работа с ними осуществлялась императивными методами. Ныне эти методы применимы только в отношении государственных СМИ, для работы с частными СМИ необходимо искать другие методы и формы работы.

Нельзя не подчеркнуть, что при правильной постановке вопроса СМИ станут безусловными союзниками государства в правовом просвещении населения. Ввиду общей низкой правовой культуры населения (в том числе сотрудников и руководства СМИ) в нашем обществе пока нет понимания того, что правовая информация является ходовым товаром, который готова покупать обширная аудитория, в том числе аудитория с высокой платежеспособностью. Например, даже в период подачи налоговых деклараций в редком СМИ найдешь материал, посвященный тому, как это правильно делать. Между тем подобные тексты, очевидно, способствовали бы не только правовому просвещению, но и продвижению СМИ.

Учитывая, что СМИ — сдвоенный рынок товаров и услуг [Вартанова, 2003, с. 48], торговля правовой информацией и максимальная доступность рекламодателей к читающей ее аудитории могла бы стать прибыльным бизнесом. Если государство сможет донести эту мысль до владельцев СМИ, это станет огромным шагом на пути правового просвещения населения РФ.

Итак, какие шаги с учетом опыта СССР 1970—1991 гг. может предпринять современное российское государство для повышения эффективности правового просвещения населения через СМИ?

1. Возведение правового просвещения в ранг национальных приоритетов способствовало бы прорыву в этой области. Разработка концепции правового просвещения населения через СМИ настроила бы на эту работу государственные СМИ. Одновременно с этим необходимо стимулировать частные СМИ к освещению правовых вопросов методами PR (генерирование информационных поводов, своевременное предоставление информации по правовой тематике исходя из запросов редакций, снабжений журналистов справочными материалами, информационная открытость ведомств, проведение конкурсов материалов по правовой тематике и т.п.).

2. В сегодняшних СМИ мы наблюдаем скудный жанровый состав публикаций по правовой тематике. Очевиден уклон в сторону уголовно-правовой тематики, хотя с преступлениями сталкивается значительно меньшее количество людей, чем с ситуациями, регулируемыми гражданским, семейным, трудовым и др. отраслями права. Опыт советских журналистов в работе над жанрами материалов на правовые темы был бы полезен авторам современных печатных СМИ.

3. Важно активнее привлекать юристов к участию в подготовке материалов. Законодательство очень обширно, оно регулирует многие сферы жизни, — и позиция правоведа может придать новые оттенки материалу на любую, даже самую абстрактную тему.

4. Сегодня в печатных СМИ материалы с юридической точки зрения проверяют только сотрудники юридических отделов редакций. Перед юротделами стоит одна задача: уберечь редакцию от лишних исков. По сути материалы журналистов они не редактируют. Отсюда большое количество юридических ошибок в текстах. Воссоздание при редакциях частных и государственных СМИ юридических советов, аналогичных тем, что существовали в СССР в 1970—1980-х гг., помогло бы избежать ошибок в материалах, углубить статьи по правовой проблематике, повысить правовую культуру журналистов. В этом заинтересованы СМИ, поэтому подобные мероприятия должны финансировать они сами. Тем не менее власти, декларирующие необходимость борьбы с правовым нигилизмом, могли бы принять в этом процессе некоторое финан-

совое и организационное участие. Целесообразно учредить при Министерстве юстиции РФ отдел, занимающийся консультативной работой по вопросам правового просвещения населения.

5. Возвращение к трудам советских ученых Н.Я. Соколова, А.С. Павлова, Н.Н. Кондрашкова, Ю.А. Агешина, А.А. Иванова, Г.М. Ярошa и др., посвященным правовой пропаганде, позволило бы существенно обогатить теорию и практику современных российских СМИ.

Заключение

Одна из задач внутренней политики РФ — формирование гражданского общества и правового государства. Эта задача не может быть решена без достижения высокого уровня правовой культуры. Единственный способ ее повысить — заниматься правовым просвещением населения.

Печатные СМИ как субъект формирования правовой культуры занимают особое, очень важное место. Однако на современном этапе мощности СМИ для обозначенных целей используются недостаточно. Чтобы повысить эффективность газет и журналов на этом поприще необходимо переосмыслить принципиальные подходы государства к СМИ как к субъекту формирования правовой культуры. Систематическая работа по правовому просвещению населения через государственные СМИ должна быть основана на соответствующей Концепции, принятой в установленном законом порядке как Постановление Правительства либо Федеральный закон. Выработать конкретные решения и подходы поможет опыт правовой пропаганды, успешно осуществлявшийся через газеты и журналы в СССР в 1970—1991 гг.

Правовое просвещение населения через частные СМИ должно быть основано на осознанном ими коммерческом интересе в освещении правовой тематики. Государство может стимулировать этот интерес с помощью PR-технологий.

Список литературы

Агешин Ю.А. Правовые знания и культура человека. М.: Юрид. лит., 1973.

Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект-Пресс, 2003.

Гришнова Е.Е. Правовая культура в политическом пространстве современной России. М.: ИИП, 2005.

Зарубина Е.В. О путях повышения правового культуры в России // Экономическая, правовая и духовная культура России на рубеже тысячелетий: Тезисы конференции Гуманитарного университета (Екатеринбург, 20—21 мая 1999 г.). Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 1999. Т. 1.

Керимов Д.А., Мицкевич А.В., Шамба Т.М. Организация и эффективность правового воспитания М.: Мысль, 1983.

Киселева Г.А. Взаимодействие правоохранительных органов и областной организации общества "Знание" в организации правовой пропаганды средствами телевидения, радио, печати // Актуальные проблемы правового воспитания в условиях совершенствования развитого социализма. Материалы Всесоюзной научно-практической конференции "Актуальные проблемы правового воспитания в условиях совершенствования развитого социализма" (26—28 сент. 1984 г.). М., 1985.

Кузьмин В. Закон без лозунгов // РГ. 2008. 30 янв. № 4575.

Павлов А.С. Правовое воспитание — М.: Советская Россия, 1972.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М. : Аспект-Пресс, 2009.

Соколов Н.Я. Организация правовой пропаганды. М. : Юрид. лит., 1974.

Поступила в редакцию
14.05.2010