

УДК [070.11+34:008](045)

***ТРЕТЬЯКОВА Ольга Владимировна**, кандидат политических наук, доцент, заведующая кафедрой журналистики Поморского государственного университета имени М.В. Ломоносова. Автор 54 научных публикаций, в т.ч. одного учебного пособия*

## **МЕДИАТИЗАЦИЯ ПРАВОВОЙ ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА: PRO ET CONTRA**

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 политики и правовой жизни общества.

*Правовая жизнь, медиатизация, правовая культура, средства массовой информации, правовая культура журналиста*

Индивидуальная картина мира каждого человека в значительной степени создается средствами массовой коммуникации, в т.ч. СМИ. Исследователи полагают, что массовая коммуникация является средством формирования «моделей» социальной реальности, циркулирующих в обществе, более того, окружающая нас социальная реальность есть продукт, созданный средствами массовой коммуникации<sup>1</sup>. Существует ряд социально-философских теорий, изучающих социальную реальность, способ бытия которой определяют коммуникативные отношения и существование системы значений (Т. Парсонс, М. Вебер, Р. Мертон, Ю. Хабермас, П. Бурдьё). Относительно самостоятельную группу исследований составляют теории, сложившиеся под влиянием анализа представлений в масс-медиа социально-политических интересов (Г. Лассуэлл,

К. Левин, У. Шрамм, П. Шампань, Ф. Сиберт, Т. Питерсон и др.).

Проблема взаимопроникновения политического и медийного пространства в той или иной степени поднимается в работах многих исследователей, начиная с известной работы Уолтера Липпмана «Общественное мнение» (1922 год). В 1960-е годы вследствие развития телевидения за рубежом появились работы, которые соотносили освещение деятельности политических персон на телевидении с созданием благоприятного мнения о них. В частности, Курт и Глэдис Лэнг отмечали, что масс-медиа привлекают особое внимание к определенным вопросам, формируют публичные имиджи политических фигур<sup>2</sup>. В 1981 году Серж Московичи указывал на «глубокую трансформацию политической и культурной жизни под влиянием в первую очередь радио, а затем телевидения»<sup>3</sup>.

В конце XX века появилось понятие «медиатизация политики», характеризующее общемировую тенденцию, в связи с чем американские специалисты Л. Беннет и Р. Энтман утвердились во мнении, что именно коммуникативные аспекты политических процессов должны быть в центре изучения проблематики перемен глобального масштаба, определяющих восприятие общественных коллизий гражданами в условиях демократии<sup>4</sup>.

Русскоязычная версия термина «медиатизация» сначала использовалась в целях описания особой технико-технологической инфраструктуры, призванной обеспечить индивидуальный и коллективный доступ к богатствам информационной цивилизации. Впоследствии социологи, праведы и исследователи массовой коммуникации заговорили о «медиатизации общества» как становлении особого типа социального пространства.

В настоящее время проблематика медиатизации политики является предметом междисциплинарного исследования, основывающегося как на теориях СМИ, так и на социологии, политологии, культурологии. Анализ процесса экспансии медиатехнологий в политическую сферу, а также их способности формировать новые каналы коммуникации власти и общества – одна из дискуссионных тем современной политической науки. Принимая в целом тезис о медиатизации политики, рассмотрим его плюсы и минусы на примере медиатизации правовой жизни общества.

Процессы медиатизации оцениваются исследователями неоднозначно даже в рамках одной науки, например культурологии. Н.Б. Кириллова, в частности, считает, что медиа (если употреблять этот термин как синоним громоздкого словосочетания «средства массовой информации») – это не просто средство для передачи информации, «это целая среда, в которой производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды»<sup>5</sup> и которую следует рассматривать как ключевую предпосылку социализации личности, интенсивного ее приобщения к доминантной системе ценностей. А 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, «тело, которое почти полностью “медиатизировано”, функционирует с помощью протезов и говорит искусственным голосом»<sup>6</sup>. Исследователь Дж. Томпсон также рассматривает происходящие изменения с отрицательной стороны и вводит англоязычный неологизм «mediation», в соответствии с которым возведение события в публичный статус медиа-факта коренным образом изменяет саму природу происходящего<sup>7</sup>.

С точки зрения лингвистов, медиатизация – это процесс и результат глобального воздействия на мышление индивидов при помощи медиа, выражающегося в формировании картины мира посредством специфических когнитивных структур познания и представления реальности, возникающих при взаимодействии индивида с глобальным информационным пространством. Медиа-текст определяется как сложная полифункциональная смысловая система, которая одновременно является продуктом вербализации когнитивной деятельности индивида по познанию мира и объектом и результатом целенаправленного конструирования смыслов в соответствии с прагматической ориентацией конкретного СМИ<sup>8</sup>.

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 привели к интенсификации освещения в средствах массовой информации правовой жизни общества.

Отечественные праведы различают следующие формы бытия права: мир идей – идея права, мир знаков – правовые нормы и мир взаимодействий между социальными субъекта-

ми – 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<sup>9</sup>. Правовая жизнь общества зависит не только от уровня развития правосознания или законодательства, но и от правового/неправового поведения индивидов. Поэтому она представляет собой комплекс явлений, которые могут носить как позитивный, так и негативный (криминальный) характер. Становление позитивной правовой жизни общества взаимосвязано с системой правового информирования (просвещения), правового образования и воспитания людей.

Средства массовой информации не только играют важную роль в системе источников правовой информации, но и являются институтом правовой социализации личности. С помощью СМИ происходит правовая социализация личности в ее когнитивном, аксиологическом и поведенческом аспектах. Рассказывая о правовых фактах в публикациях под рубриками «Из зала суда», «Правосудие», «Фемида», «Криминал», «Право», в телепередачах «Следствие вели...», «Участок», «Слушается дело», «Федеральный судья», «Суд идет», «Петровка, 38», предоставляя юристам возможность ответить на вопросы слушателей в радиопередачах «Домашний адвокат», «Фемида», «Правовая академия», средства массовой информации распространяют не только правовую, но и правоохранительную информацию (понятие введено автором данной статьи<sup>10</sup>). В отличие от правовой информации, содержащейся в нормах права, правоохранительная информация обладает не только когнитивным, но и интенциональным содержанием. Направленность сознания, воли и чувств аудитории СМИ на предмет – правовые факты и явления – способствует большей степени усвоения правоохранительной информации по сравнению с правовой по параметру восприятия.

Правоохранительная информация как сведения о правовых фактах (событиях, явлениях, действиях, поступках) распространяется исключительно средствами массовой информации. Ее содержание тесно связано с конкретными, «жизненными» (или «житейскими») правовыми ситуациями, при отражении которых в СМИ ставятся вопросы нарушаемых кем-то или охраняемых милицией, прокуратурой или судом прав граждан. 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 – эмоционального компонента правосознания. Так нормативный материал становится основой для производства правоохранительной информации, воздействующей на массовое сознание и формирующей правосознание населения. Еще один источник производства правоохранительной информации – правоохранительная и правоприменительная деятельность государственных органов: милиции, прокуратуры, суда.

Процесс производства и распространения в СМИ правоохранительной информации как процесс проникновения правовой жизни общества в информационное пространство можно назвать медиатизацией 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 масс-медиа, но и все возрастающая зависимость правовой культуры общества от того, каким образом и насколько полно СМИ отражают и интерпретируют события правовой жизни.

Обратившись вновь к медиатизации политики, отметим, что этот процесс называют телевизацией, театризацией и даже эстетизацией.

ей и эмоционализацией. Предвыборные кампании в развитых странах давно превратились в телевизионные медиа-шоу. Избиратели делают свой выбор не на основании рациональных представлений, а под воздействием телевизионных образов. Этим обусловлено появление термина «теледемократия», которая представляет собой харизматический тип правления с использованием новых технических возможностей. Роль партий как коллективных субъектов политической деятельности, посредников между народом и властью, по мнению исследователей, резко падает. Возрастает роль отдельной личности, лидера партии, возможности влияния на него уходят в тень, и вследствие этого политика приобретает более закрытый, непредсказуемый, волюнтаристский характер<sup>11</sup>.

Представляется, что медиатизацию правовой жизни общества как процесс установления виртуальной правовой реальности, создаваемой средствами массовой информации, тоже невозможно оценить однозначно положительно или отрицательно. С одной стороны, представляя медиа-картину правовой жизни общества, СМИ дают читателям, зрителям и слушателям большой объем правовой информации, обеспечивая правовую информированность общества как часть его правосознания 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.

В реальности правовая жизнь общества очень часто сопряжена с нештучными проблемами и переживаниями, человеческими драмами и трагедиями, а телевидение превращает эту реальность в шоу, непрерывный детективный спектакль, бесконечную череду сериалов и развлекательных передач. Французский философ Г. Дебор в известной книге «Общество спектакля» 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, не связанного с подлинной реальностью. 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, в реальной жизни утрачивает способность к эмпатии как к сопереживанию, сочувствию, у него повышается болевой порог, снижается цензура ранее усвоенных ценностей или, напротив, появляется чувство незащищенности 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.

Второй 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 чисто 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 судебной 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.

Для российской медиатизированной политики характерно явление, называемое исследователями «информационной вертикалью»<sup>12</sup>. Эта вертикаль основывается на построении одно-сторонней коммуникации, выстраивается «сверху-вниз» на заранее предложенных темах, проблемах и мнениях, которыми зачастую подменяется информация. (Двусторонняя коммуникация, для которой характерна открытость публичной сферы, взаимодействие всех субъектов коммуникации, артикуляция интересов и общественная экспертиза, постепенно перемещается в виртуальное пространство Интернета). Такая информационная вертикаль характерна и для медиатизации правовой жизни: «нужная» повестка дня с помощью масс-медиа устанавливается «сверху». Президент России Д.А. Медведев с самого начала своего президентского срока не раз высказывался о необходимости повышать уровень правовой культуры в стране. Поэтому представляется неслучайным появление на российском телевидении в 2008 году правового телеканала «Закон ТВ», непосредственно направленного на правовое просвещение населения. На государственном телерадиоканале «Россия 1» создана Служба правовой информации. Конституционным, Верховным и Высшим арбитражным судами и РИА Новости в феврале 2009 года был учрежден интернет-портал РАПСИ – Российское агентство правовой и судебной информации, главной задачей которого является оперативное, объективное и системное освещение деятельности российских судов. Первого июля 2010 года 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 года была создана Общероссийская общественная организация «Российская ассоциация правовых журналистов» с целью более успешной реализации информационных и издательских проектов, консолидации журналистов и правоведов, усилению их влияния в современном обществе.

Таким образом, медиатизация правовой жизни подразумевает перемещение правовой культуры общества в пространство СМИ, а журналист становится важным агентом по формулированию концептуальных схем интерпретации правовой культуры. Интенсификация процессов медиатизации правовой жизни вызывает, на наш взгляд, необходимость обратить более пристальное внимание на анализ правовой культуры журналистов, являющейся вполне самостоятельной частью их политической культуры. Журналист является субъектом-носителем правовой культуры своего социального слоя, правовой культуры, выработанной им в процессе обучения и профессиональной деятельности (или же носителем свойственного современному российскому обществу правового нигилизма). Однако существует и обратная связь: журналист является субъектом формирования правовой культуры общества, поскольку в своем творчестве он не механически отражает правовые реалии, а отбирает и интерпретирует правовые факты и оказывает воздействие на практику.

Например, современные средства массовой информации часто распространяют так называемую преступную субкультуру – через демонстрацию насилия и жестокости, через трансляцию уголовного жаргона и «блатных» песен, пропагандирующих воровскую романтику. Негативное социальное поведение приобретает привлекательность, высказываются идеи о том, что воровской мир – это часть российской культуры, а «понятия» разумнее и справедливее законов. В общественном мнении культивируются нормы и ценности криминальной среды, идет размывание, деформация традиционных ценностных установок людей. Проникновение отдельных элементов преступной субкультуры через СМИ в сознание и образ жизни вполне законопослушных граждан говорит об определенных тенденциях в сфере правосознания и правовой культуры и всего общества, и журналистов. В этом случае участие СМИ в правовой социализации личности становится дисфункциональным, т.е. дает эффект, противоположный ожидаемому: средства массовой информации трансформируются из института правовой социализации в ее контрагента.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что процесс производства и распространения в печатной и экранной прессе правоохранительной информации, который мы называем медиатизацией правовой жизни, имеет как плюсы, так и минусы. С одной стороны, представляя медиа-картину правовой жизни общества, СМИ обеспечивают правовую информированность общества. С другой стороны, способ формирования правосознания не через обучение и не через практику, а через содержание масс-медиа имеет и недо-

статки. Обсуждение в СМИ реальных проблем правовой жизни общества подменяется скандальными теле-шоу и примитивными имитациями судебных процессов, и переживание людьми этой медиатизированной правовой реальности порой формирует в обществе весьма специфическую систему правовых ценностей. В связи с этим разработка концепции правовой культуры журналиста является не только важной теоретической проблемой, но и актуальной задачей, решение которой имеет большое прикладное значение.

### Примечания

<sup>1</sup> Кевдина Л. Средства массовой коммуникации (СМК) как инструмент и среда формирования социальной реальности // Медиаскоп: электрон. науч. журнал фак-та журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. 2005. № 1. URL: <http://mediascope.ru/> (дата обращения: 24.10.2010).

<sup>2</sup> См.: Lang K., Lang G. The Mass Media and Voting // Reader in Public Opinion and Communication / eds. B. Berelson, M. Janowitz. N.Y., 1966.

<sup>3</sup> Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс: пер. с фр. М., 1998. С. 143.

<sup>4</sup> См.: Bennett W.L., Entman R.M. Mediated Politics: An Introduction // Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy. Cambridge, 2001.

<sup>5</sup> Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М., 2006. С. 12.

<sup>6</sup> Жижек С. Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия // Искусство кино. 1998. № 1. С. 126.

<sup>7</sup> См.: Thompson J.B. Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. Oxford, 1990.

<sup>8</sup> См.: Rogozina I.V. Функции и структура медиа-картины мира // Методология современной психолингвистики: сб. ст. М.; Барнаул, 2003.

<sup>9</sup> Малько А.В. Категория «правовая жизнь»: проблемы становления // Государство и право. 2001. № 5. С. 5.

<sup>10</sup> Третьякова О.В. Правоохранительная информация в системе формирования правового сознания: дис. ... канд. полит. наук. М., 2002. С. 59.

<sup>11</sup> Орлов М.О., Данилов С.А. Роль коммуникации в политической жизни современного общества // Философия и общество. 2008. № 4. С. 137.

<sup>12</sup> См.: Воинова Е.А. Медиатизация политики как феномен новой информационной культуры: дис. ... канд. филол. наук. М., 2006.

*Tretyakova Olga*

### MEDIAZATION OF LEGAL LIFE: PRO ET CONTRA

The article is devoted to the problem of public presentation of legal life as a complex of informational influence and interaction of legal and mass-media sphere. The author analyzes dependence of the legal culture formation on its reflection and interpretation by mass media, and points out positive and negative aspects of the society's political and legal life mediatization.

*Контактная информация:*  
*e-mail: o.tretyakova@inbox.ru*

Рецензент – Корконосенко С.Г., доктор политических наук, профессор факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета