

Секция «Журналистика»

Двойная роль СМИ в процессе правового просвещения населения

Мартышкина Дарья Юрьевна

Аспирант

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, журналистики,
Москва, Россия*

E-mail: dmartin@inbox.ru

Правовое просвещение населения России сегодня очень актуально, 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 в 2008 году Д. Медведев. Для повышения этого уровня, уверен он, необходимо отладить систему правового просвещения таким образом, чтобы к ней были подключены школы, клубы, СМИ [1].

Угол рассмотрения проблемы, заданный Д. Медведевым, несомненно, заслуживает внимания. Правовое просвещение населения должно быть выстроено в систему, в которой функционируют разнообразные субъекты, ориентированные на повышение уровня правовой культуры населения. Причем эти субъекты для оптимального решения стоящих перед ними задач должны пользоваться всем спектром возможных инструментов.

Большинство исследователей сходятся во мнении относительно того, какие субъекты на современном этапе осуществляют правовое просвещение населения. Наиболее полный список субъектов формирования правовой культуры, по нашему мнению, выглядит так: государство в лице органов государственной власти, семья, учебные заведения, СМИ, общественные организации, коммерческие организации. На наш взгляд, необходимо констатировать особую роль СМИ как субъектов этого вида деятельности (то есть особую роль СМИ, осуществляющих правовое просвещение населения по собственной инициативе и за счет собственных ресурсов). Она заключается в следующем.

Только СМИ из всех субъектов формирования правовой культуры населения сопровождают человека всю его сознательную жизнь. Другими словами, 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 нерегулярно (во время проведения специальных акций, проектов, кампаний и т. п.). Государство заинтересовано в информировании граждан не о всех правовых установлениях (иногда выгодно «замолчать» те моменты, которые могут вызвать критику либо связаны с предоставлением населению льгот по их заявке - следовательно, «замалчивание» может обернуться экономией бюджетных средств). Например, по некоторым данным, Министерство экономического развития сознательно не информирует граждан о ходе бюджетной реформы и принимаемых в этой сфере подзаконных актах [2].

Исключительно СМИ могут проводить, образно говоря, «правовую профилактику»: информировать граждан о правовых установлениях, тем самым формулируя их правовые проблемы, запросы.

Остановимся на инструментах, которые различные субъекты (государство, семья, учебные заведения, СМИ, общественные организации и др.) используют для формирования правовой культуры населения. Е.А. Певцова в своей монографии называет следующие средства (инструменты): литература, искусство, кино, печать, радио, телевидение и т.п. [3]. Правовед А.С. Сиротин приводит такой список средств правового обучения и воспитания уважения к закону: печать; радиовещание; кино; телевизионное вещание; литература; искусство; средства наглядной пропаганды и агитации.

Отметим, что работа А.С. Сиротина, в которой обозначена данная классификация, написана в 2000 году. Соответственно, автор в то время еще не мог оценить значение Интернета как инструмента правового обучения и воспитания уважения к закону. Несомненно, Интернет должен быть включен в данный перечень, однако вряд ли вправе занимать лидирующую позицию. Во-первых, потому что лишь 37% взрослого населения России, по данным Фонда «Общественное мнение» (весна 2010 г.), осуществляют в Интернете стабильную пользовательскую деятельность [5]. Во-вторых, правовая информация в виду инфляции права должна постоянно обновляться. Пользователи не могут быть уверены в актуальности правовой информации, которую они получают из Сети Интернет, поскольку другие пользователи, размещающие информацию, не несут ответственности за ее достоверность. В-третьих, Интернет как средство формирования общественного мнения занимает значительно менее прочные позиции, чем СМИ. А для формирования уважительного отношения к закону необходим высокий авторитет средства и субъекта, осуществляющего эту деятельность.

Таким образом, если добавить Интернет в список инструментов правового обучения и воспитания уважения к закону, составленный А.С. Сиротиным, с ним можно в целом согласиться.

Основываясь на исследованиях профессора Е.П. Прохорова [4], сформулируем обнаруженные нами особенности СМИ как инструментов правового просвещения населения:

1. СМИ распространяют правовую информацию на массовую аудиторию.
2. СМИ предоставляют правовую информацию, позволяющую ориентироваться в социально значимых явлениях и проблемах.
3. СМИ предоставляют актуальную правовую информацию, которая позволяет ориентироваться в динамично меняющемся море правовой информации.
4. СМИ подают правовую информацию в доступной, легкой для усвоения форме.
5. Распространение СМИ правовой информации носит интерактивный характер.
6. СМИ создают общественное мнение по правовым вопросам, стимулируют формирование социально активной позиции общественности.

Итак, средства массовой информации играют двойную роль: являются одним из субъектов формирования правовой культуры в РФ и занимают свое место в ряду инструментов (средств) формирования правовой культуры населения. Эту особенность необходимо учитывать при осуществлении правового просвещения населения через СМИ.

Литература

1. Кузьмин В. Закон без лозунгов // Российская газета. 2008. №4575. С. 1.
2. Ларина Н. Призрак бюджетной революции // Аргументы недели. 2010. №44. С. 9.

Конференция «Ломоносов 2011»

3. Певцова Е.А. Правовая культура и правовое воспитание в России на рубеже XX-XXI веков. М., 2003.
4. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2009.
5. Официальный сайт Фонда «Общественное мнение» <http://bd.fom.ru/report/map/bntergum>