

СМИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПРАВОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

К.С. Кириллина, магистр,
Российский университет дружбы народов
Научный руководитель – д. филол. н., проф. Г.Н.Трофимова

СМИ как инструмент правового просвещения населения имеет свои особенности (методологической основой для их выделения послужили труды д. ф. н. Е.П. Прохорова): СМИ распространяют правовую информацию на массовую аудиторию; СМИ предоставляют своей аудитории правовую

информацию, позволяющую ей ориентироваться в социально значимых явлениях и проблемах; СМИ предоставляют актуальную правовую информацию, что особенно важно ввиду того, что правовая информация динамично меняется; СМИ подают правовую информацию в доступной, легкой для усвоения форме; работа СМИ с правовой информацией может носить интерактивный характер; СМИ создают общественное мнение по правовым вопросам, стимулируют формирование социально активной позиции общественности; СМИ воздействуют на обе части правосознания – правовую идеологию и психологию (5).

Таким образом, СМИ играют двойную роль: являются одним из субъектов формирования правовой культуры в РФ и занимают свое место в ряду инструментов (средств) формирования правовой культуры населения (4). В данной работе мы рассмотрим три рода СМИ (телевидение – программа «Человек и закон», печать – газета «Аргументы и факты», Интернет – портал «Chelovek-online.ru») с точки зрения характерных для них особенностей в распространении правовой информации.

Для телевизионных программ характерны следующие основные параметры: изображение, звук, текст, монтаж. Соответствие между ними достигается путем сочетания эмпирических методов (чисто журналистских) с теоретическими (нежурналистскими). Например, А.А.Тертычный к эмпирическим методам относит все виды наблюдения, интервью, беседу, опрос, анкетирование, пресс-конференции, изучение документов, эксперимент (6). Однако из всех этих методов телевизионным мы считаем лишь наблюдение.

Использование художественно-выразительных средств экрана – характерная особенность подачи телевизионного контента. К экранному языку традиционно относят план, ракурс, монтаж.

Монтаж играет немаловажную роль в процессе подготовки передачи. От некорректного сбора материала воедино может поменяться и смысл произведения полностью. Далее примеры приводятся по классификации С.Е. Медынского. Формально-описательный монтаж (постепенное продвижение сюжета от причины – к следствию). Например, в сюжете об убийстве шести человек в Магаданской области (8 февраля с. г.): долгожданная беременность жены обвиняемого, И. Муравьева, – неспособность местного врача сохранить эту беременность – месья И. Муравьева. Параллельный монтаж (действие происходит в одно и то же время, а герои и их месторасположение различны). В сюжете об организации убийства ректором Института управления и права И.М. Александровым: одновременно он ведет переговоры с мнимым киллером, и органы внутренних дел ведут расследование. Контрастный монтаж (резкий переход от одного изображения к другому). Сюжет о пьянстве современной молодежи – черно-белые кадры сменяются цветными как символ мнимого придания красочности жизни с открытием баночки коктейля (3; 9).

Звук на экране существует в трех формах: слово, музыка и шумы. Слово – первый и главный элемент звука на экране. Слово на экране представлено в различных формах: авторский комментарий (в кадре и за кадром), дикторский текст, интервью, тексты-размышления документальных героев.

Второй элемент звука на экране – музыка. Ниже мы приведем общеупотребительные функции музыки: включается в строй произведения для создания атмосферы действия, характеристики среды обитания героев (сюжет о Г. Казаряне, который специально худел, чтобы попасть в армию – композиция «Солдаты, вперед!»); передаются характерные приметы времени (сюжет о

«лаборантке Леночке» – когда рассказывают о начале ее отношений с мужем в начале 90–х, играет джаз); позволяет дать нужные характеристики героям (сюжет о С. Филине: когда корреспондент говорит о его нынешнем состоянии, мы слышим тему лебедя из балета «Лебединое озеро», это представляется нам как символ одиночества, поиска решений); используется как своеобразный авторский комментарий (сюжет о перестрелке в ресторане «Олива» в качестве комментария к кадрам со скрытой камеры используется композиция из тележурнала «Каламбур») (3; 9).

Телевизионные передачи, и в частности расследования, всегда определяются личностью автора. У каждого расследователя есть свой подход, свои излюбленные темы.

Комментатор появляется в кадре, когда необходимо разъяснение, постановка сообщенного в сюжете факта в определенном аспекте. Комментарий должен облегчить зрителю формирование собственного мнения. Аудиторию убеждает логика, темперамент, некоторая дистанция по отношению к материалу (невовлеченность в конфликт). Комментарий должен апеллировать к рассудку и благоразумию, а не разжигать эмоции (6). Комментатором является А. Пиманов. Он отличается точностью и четкостью своей позиции. Не раз в его выступлениях в кадре можно услышать приемы манипулирования. Комментатор подсказывает зрителю, на что обратить внимание, обращается к своему личному опыту, решает, в какой последовательности ставить сюжеты.

Из всего изложенного делаем вывод: наличие аудиовизуальной информации и специфики ее подачи, а также непосредственная роль автора и ведущего программы – вот основные особенности телевизионного формата «Человек и закон».

Согласно рейтингам компании TNS, еженедельная газета «Аргументы и факты» занимает лидирующую позицию в

своей категории. За декабрь 2013 года – апрель 2014 года имеем следующие данные измерения аудитории для газеты «Аргументы и факты»: по России средняя аудитория номера издания (индекс AIR) – 6,206.1 тыс. чел, что составляет 10,2%, по Москве – 1,211.6 тыс. чел., что составляет 11,8%, по Санкт–Петербургу – 588,9 тыс. чел., что составляет 13,4%. (8).

Несмотря на популярность, «Аргументы и факты» не выделили «право» или «закон» в отдельные темы. Просматривая выпуски газет, мы самостоятельно выделяли темы, имеющие то ли иное отношение к рассматриваемому вопросу. Получилось следующее.

Большее количество материалов связано с ситуацией на Украине. Приведем несколько заголовков: «Под Луганском идет бой», «Референдум. 100 дней спустя. Как теперь живут «новые русские» в Крыму», «Убитые за правду. На Украине продолжается сезон охоты на журналистов» и т.д. Большое внимание уделено и другим вопросам права, например, земельному праву («Земельная реформа: купить участок станет значительно проще»), гражданскому праву («Каковы первые результаты действия «антитабачного закона?»), «Могут ли в школе обязать родителей закупить форму?», «В каких странах твиты, репосты и социальные сети находятся под цензурой?», «В Госдуме рассмотрят законопроект о защите персональных данных россиян»), трудовому праву («Новая работа. Как успешно пройти испытательный срок?»), «Правда ли, что россиянам вернут накопительную часть пенсии?»), жилищному праву («Отвечать за ЖКХ будет жилищный инспектор?»), военному праву («Полиция в военной форме. От чего нужно защищать российских солдат?»), «Путин разрешил выбирать срок службы в армии»), финансовому праву («Минфин предложил открывать счета госкомпаниям лишь в 50 банках») и т.д. (2; 10)

Во время исследования замечаем такую тенденцию: АиФ отвечает на вопросы. Отчасти это и является одной из причин популярности газеты: собрано все, что нужно, любые ответы на любые вопросы можно найти здесь.

Что касается темы нашего исследования, то сделаем такой вывод: «Аргументы и факты» просто и доступно пишут о насущных для россиян правовых проблемах, затрагивая самые актуальные из них.

Портал «Человек – онлайн» – Интернет–СМИ – проект телекомпании «Останкино». Создан по инициативе авторов программ «Человек и закон», «Здоровье» и «Жить здорово» А. Пиманова и Е. Малышевой. Миссия проекта – объединить на одном портале в интернет–пространстве аудиторию указанных передач. Информация, представленная на портале, освещает актуальные аспекты современной социальной жизни: защита прав человека, сохранение здоровья, материнство и детство, образование и культура, досуг и отдых.

Портал состоит из 4 вертикалей – «Закон», «Здоровье», «Отдых» и «Спорт». В интересующем нас разделе «Закон» представлены следующие подразделения: новости, статьи (политика России, человек и общество, расследования, мнения, происшествия), эксклюзивы, видео, учреждения. Рубрика «Статьи» включает в себя следующие подзаголовки: политика, человек и общество, расследования, мнение, происшествия. Учитывая специфику данной работы, а именно правовое просвещение населения через СМИ, рассмотрим статьи, представленные под тегом «человек и общество». Здесь находим, в большинстве своем материалы по гражданскому праву: о режиме ЧС в Ростовской области, о высшем образовании, о ценах на бензин и роботах, служащих на военных субмаринах и т. д.

Однако, учитывая специфику телевизионной программы «Человек и закон», находим большое количество материалов

и на криминальную тематику. Например, закрытие «Бинго Бума», Бостонский теракт, дело бывшей сотрудницы центрального аппарата МВД Жанны Ожиминой, дело генерала Колесникова, сокрытие доходов президента Марий Эл, подробности убийства Александра Музычко и т. д.

Телевизионные СМИ, рассмотренные на примере программы «Человек и закон», в большинстве своем освещают правовые проблемы в следующих жанровых формах: судебный репортаж, судебный очерк, репортаж–расследование (1).

Тематика правовых публикаций печатных СМИ (на примере газеты «Аргументы и факты») имеет такую тенденцию: при наличии большого количества материалов на криминальную тематику значительное внимание уделяется также вопросам по гражданскому, трудовому, жилищному и финансовому праву, то есть именно те темы, умение разбираться в которых поможет читателю в повседневной жизни (2; 7).

Интернет–СМИ, занимающихся правовой тематикой, достаточно мало. Мы выделили только два Интернет–ресурса – это портал «Человек–онлайн» и агентство правовой и судебной информации РАПСИ. «Человек–онлайн» функционирует на основе телевизионной программы «Человек и закон», а значит, имеет те же мотивы и тематику, что и телевизионная версия, то есть, в основном, это криминал и раскрытие преступлений. Миссия РАПСИ – противостоять правовому нигилизму среди населения – но агентство лишь недавно начало осуществлять свою деятельность.

Литература:

1. Березина Е.А. Правовая журналистика в системе современных средств массовой информации. Вестник РГГУ. №8(51)/10. Научный журнал. Москва: 2010

2. Мартынкина Д.Ю. Роль печатных средств массовой информации в правовом просвещении населения (на материалах федеральных общественно–политических газет). Дис. Москва, МГУ–2011
3. Медынский С.Е. Оператор: Пространство. Кадр: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 111 с.
4. Никитин А.Ф. Что такое правовая культура. – М. «Просвещение» 2008
5. Прохоров Е.П. Правовые и этические нормы в журналистике. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 203 с.
6. Тертычный А.А. Расследовательская журналистика: Учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2002
7. Третьякова О.В. Журналистика и правовая культура общества. Дис. СПб.: 2012.
8. TNS–рейтинги. – [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.tns-global.ru/services/media/media-audience/press/information/>
9. «Человек и закон». Выпуски за январь–май 2014 года.
10. «Аргументы и факты». Номера за июнь 2014 года и материалы сайта. – [Электронный ресурс].– режим доступа: <http://www.aif.ru/>