

Научная статья
УДК 070.19
doi: 10.17223/26188422/12/6

Правовая журналистика в интернете: влияние на формирование массового правосознания

Ольга Владимировна Третьякова

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия, olga.tretyakova.345@gmail.com

Аннотация. В статье анализируется освещение правовой жизни общества в цифровой среде. Рассматриваются результаты мониторинга веб-сайтов печатных СМИ, порталов правовой информации и сетевых изданий. Результаты социологического исследования подтверждают, что информация о правовых явлениях и судебных процессах в новых медиа оказывает более существенное влияние на массовое правовое сознание, чем информация, распространяемая традиционными СМИ.

Ключевые слова: новые медиа, традиционные СМИ, правовая журналистика, массовое правосознание

Для цитирования: Третьякова О. В. Правовая журналистика в интернете: влияние на формирование массового правосознания // Вопросы журналистики. 2022. № 12. С. 116–133. doi: 10.17223/26188422/12/6

Original article
doi: 10.17223/26188422/12/6

Legal journalism on the Internet: Influence on the formation of mass legal consciousness

Olga V. Tretyakova

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russian Federation, olga.tretyakova.345@gmail.com

Abstract. The article analyzes the websites of print media, online legal information portals, and specialized online publications in order to find out how new formats and opportunities of the Internet are used in legal journalism, and how media representation of the legal life of society affects the legal consciousness of site visitors. As the empirical base, the author uses the electronic versions of the newspapers *Ve-*

domosti, *Rossiyskaya Gazeta*, and *Kommersant*; the legal information portals *Zakon.ru* and *Pravo.ru* registered as mass media; and the specialized online publications *Legal Report* and *Court Reporter*. The websites of the newspapers duplicate their offline versions, but there is more information in the texts: almost every article contains hyperlinks to other publications on the same topic and is accompanied by a photograph. Other multimedia tools are not used. The legal information portals *Zakon.ru* and *Pravo.ru*, which emerged directly on the Internet, use online updating of information, hypertextual and interactive features. Among illustrations, figures are used more often, and about half of the publications are accompanied by infographics. The electronic periodical *Legal.Report* uses only photographs and hyperlinks as additional multimedia tools, while the online newspaper *Court Reporter* has no photographs, figures, or infographics. A video is prepared for most publications, but the video is not integrated into the text, it is a separate information product. The results of the sociological study allow a conclusion that the Internet is currently the main source of legal information; however, not all respondents consider this information reliable and understandable. Legal information portals and online publications give people new knowledge in the legal sphere, satisfy their need to know what and how happens in courtrooms, but it is too early to speak about a significant positive impact of new media on the formation of mass legal consciousness according to the results of a pilot survey of the Internet audience. The study shows that the impact of digital technologies on media content and textual forms of legal and judicial journalism in the mass media is still minimal. And, if information about legal phenomena in the online media has a more significant impact on the mass legal consciousness than information in the press, on radio and television, this influence is not due to the creation of unique works using multimedia, but only because the new media are more popular and in demand compared to the traditional media. Active use of the advantages and possibilities of the Internet can help journalists create stories about legal issues that are intelligible and generally comprehensible. Subsequent research will determine whether new media can really be more persuasive in shaping mass legal consciousness through digital technologies.

Keywords: new media, traditional media, legal journalism, mass legal consciousness

For citation: Tretyakova, O. V. (2022) Legal journalism on the Internet: Influence on the formation of mass legal consciousness. *Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies*. 12. pp. 116–133. (In Russian). doi: 10.17223/26188422/12/6

Правовая жизнь общества широко освещается в масс-медиа. Как социально-философское понятие, «правовая жизнь общества» отражает не только правовую действительность (явления и процессы, происходящие в правовой сфере), но и поведение людей в сфере действия права, отношение человека к праву. Средства массовой информации освещают правовую жизнь именно с точки зрения личности, вот почему преступления и происшествия – криминальная или, как

иногда говорят, антикриминальная проблематика [1. С. 239] – являются неотъемлемой частью контента не только массовых, но и качественных изданий. Правовая патология – тоже компонент правовой жизни, состоящей из набора элементов как позитивной, так и негативной направленности.

Рассказывая аудитории о новых законах, о происшествиях, о расследовании уголовных дел, о судебных спорах и т.п., журналисты формируют правовую информированность граждан – важнейший элемент правового сознания. Уровень развития массового правосознания напрямую зависит от того, насколько информировано в правовом отношении население страны, каково его эмоциональное отношение к закону, какова установка граждан на соблюдение правовых предписаний. Можно сказать, что журналистика участвует в развитии массового правосознания на двух уровнях: на рациональном – повышая правовую информированность аудитории, и на эмоциональном – формируя правовые ценности и ориентиры, позитивное отношение к праву, способствуя преодолению правового нигилизма, переходу правовых знаний в убеждения.

Безусловно, существуют и другие каналы правового информирования, или, иными словами, правового просвещения населения. Это и Центры правовой информации при публичных библиотеках, и компьютерные информационные правовые системы, и специализированные правовые издания – все они распространяют правовую информацию, выраженную в нормах права. Получение этой информации требует довольно серьезных усилий со стороны неподготовленного (т.е. не имеющего юридического образования) потребителя.

Учреждения образования, специализированные юридические учреждения (например, прокуратура и адвокатура) также способны донести информацию о нормах права лишь до ограниченного круга лиц либо в ограниченном объеме. И только СМИ постоянно, систематически и популярно дают массовой аудитории информацию о фактах, событиях и явлениях правовой жизни общества. В отличие от других каналов распространения правовой информации, масс-медиа распространяют не нормы права, а связанные с правом истории и сюжеты, содержащие изложение конкретных правовых ситуаций с участием людей. Таким образом, правовая жизнь общества выступает объектом правовой журналистики – такой же предметно-тематической специализации сотрудников СМИ, как, например, дело-

вая журналистика, политическая, спортивная или экологическая журналистика.

В правовой журналистике существуют разные, весьма отличающиеся одно от другого направления: юридическое (специализированные печатные издания для юристов, научные и профессиональные), криминальное (оперативные сообщения в СМИ о преступлениях, освещение и анализ деятельности правоохранительных органов), судебное (публикации и передачи о судах, судьях и судебных делах), консультативное (ответы юристов на вопросы читателей и слушателей). Целевые установки авторов соответствуют интенции изданий, рубрик и передач. Например, криминальное направление правовой журналистики характерно для массовых изданий, которые ставят своей целью дать аудитории максимальный объем информации об окружающей действительности, а порой и шокировать ее этой информацией. Это направление присутствует и в качественных изданиях, которые не только сообщают о криминальных фактах, но и анализируют их, оценивают и комментируют деятельность правоохранительных и правоприменительных органов.

Если специализированные юридические издания («Судья», «Закон», «Юридический мир», «Российское правосудие» и др.) направлены скорее на формирование научного (теоретического) или профессионального правосознания социальной группы юристов, то под влиянием правовой информации в общественно-политических СМИ формируется именно массовое (эмпирическое или обыденное) правосознание. Отображаемые в СМИ «широкого профиля» конкретные правовые ситуации превращаются в объекты познания и осознаются как причины переживания, т.е. воздействуют на психику (а затем на поведение и деятельность) людей, – и это позволяет аудитории СМИ усваивать сложные юридические понятия без особого напряжения. Захватывающие, психологичные, с элементами детектива тексты и сюжеты чаще всего оказывают более сильное воздействие на формирование правосознания читателей и зрителей, чем тексты законов, дискуссии или мнения специалистов по проблемам права. При этом журналистика может воздействовать на массовое правосознание не только конструктивно, но и дисфункционально, т.е. деструктивно, например, в тех случаях, когда журналисты проявляют непрофессионализм и юридическую некомпетентность, правовой нигилизм, когда в масс-медиа романтизируется уголовный мир и тиражируется преступная мораль.

Сила и направленность психологического воздействия судебных историй на правосознание аудитории СМИ определяются профессионализмом судебных репортеров и обозревателей. Судебная журналистика – это особая журналистская специализация, которая дает журналистам возможность контролировать от лица общества судебную власть, выступать за восстановление нарушенных прав, за справедливость. Одновременно журналисты решают прагматические, меркантильные задачи, потому что судебные истории, раскрывающие различные, порой неожиданные проявления сущности человека, всегда привлекают внимание аудитории и способствуют популярности издания и автора [2. С. 113]. При этом судебным репортерам и обозревателям необходимо иметь представление о судебной системе и ее информационной политике, о специфике источников и доступа к судебной информации, об этике взаимодействия с судами, о правилах съемки и трансляций в залах судебных заседаний и т.п.¹

Публикации и сюжеты СМИ, посвященные судебным процессам, были популярны всегда. История судебной журналистики – это и юридические журналы начала XIX в., криминальная хроника в массовых газетах второй половины XIX в., судебные очерки Владимира Короленко, Леонида Андреева и Власа Дорошевича, борьба за социалистическую законность в партийно-советской печати, публикации на темы морали и права в «Литературной газете» 1970–1980-х гг. Именно в судах находят свое разрешение многие общественные проблемы. Поэтому судебные процессы и судебные акты являются важным источником наиболее значимой и наиболее достоверной правовой информации.

Доступ к судебной информации и возможность ее широкого обсуждения – это индикатор цивилизованности государства. Требование транспарентности (информационной прозрачности, открытости) правосудия было сформулировано как одно из представлений естественного справедливого правосудия еще в XVII в. в Великобритании: «Недостаточно знать, что правосудие есть, необходимо видеть, что оно осуществляется». Это требование содержится во многих международных документах, в ст. 123 Конституции России и во всех процессуальных законах РФ. Транспарентностью правосудия в юридиче-

¹ Заметим, что спецсеминар «Судебная журналистика» в Высшей школе журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ непосредственно направлен на формирование знаний и навыков обучающихся для профессиональной работы в области правовой и судебной журналистики.

ской науке принято считать его открытость, доступность информации о деятельности судебной власти вообще и о рассмотрении судами конкретных дел в частности [3. С. 17].

Содержание произведений правовой и судебной журналистики предопределено реальной правоприменительной практикой, уровнем открытости источников информации и форматом издания. Судебные скандалы, интимная жизнь и бракоразводные процессы знаменитостей составляют контент откровенно бульварных изданий типа «СПИД-инфо», «Жизнь», «Криминальный отдел», «Мир криминала», «Криминальное чтение» и т.п. Такие публикации не дают правовой или нравственной оценки событий, не удовлетворяют потребность человека в личной безопасности и не направлены на формирование правосознания. В качественных изданиях информация размещается под рубриками «Происшествия», «Судебный журнал», «Процессы», «Из зала суда», «Криминал», «Право» и т.д.

«Российская газета» чаще других изданий дает публикации о состоянии преступности, интервью с должностными лицами правоохранительных органов и судов, проблемные статьи о правоприменении. Журналисты «Ведомостей» и «Коммерсанта» дают более личностную, но всегда аргументированную оценку разнообразным событиям правовой жизни, обращаются к мнениям известных ученых-юристов, адвокатов, социологов. Эти издания с высокой степенью оперативности подробно освещают громкие судебные процессы, связанные с политикой: дела о госизмене, аресты участников протестных акций, иски публичных людей к СМИ, дела о коррупции в отношении руководителей ведомств и представителей власти и т.п.

Региональные и местные СМИ также освещают судебные дела о тяжких уголовных преступлениях, но реже – процессы по делам, имеющим отношение к известным в регионе людям. Гражданские споры освещаются в основном в тех случаях, когда решения касаются всех, например, споры о тарифах в ЖКХ, льготах, кредитах и т.п. Появляются в региональной прессе и публикации о том, как суд восстановил на работе незаконно уволенного, защитил чье-то право на наследство и т.п. Однако основными темами судебных публикаций массовых, региональных и местных изданий являются социально-бытовые преступления и правонарушения, совершенные на почве взаимоотношений между людьми: убийства, кражи, грабежи, разбои, мошенничества.

Деловые издания «Ведомости» и «Коммерсантъ» уделяют внимание экономическим спорам, рассматриваемым арбитражными судами, журналисты остальных изданий также стали проявлять интерес к взаимоотношениям экономических субъектов. Можно предположить, что это связано с реализацией проекта Министерства финансов РФ «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации». Публикации могут содействовать формированию у населения экономического правосознания: разумного финансового поведения, обоснованных решений, ответственного отношения к личным финансам, повышение эффективности защиты своих интересов как потребителей финансовых услуг.

Жанровая система правовой журналистики в традиционных СМИ содержит прежде всего жанры криминальной хроники и заметки (расширенной информации по схеме «новость плюс комментарий»). Реже используется старейший, любимый жанр судебных репортеров дореволюционной прессы – судебный отчет. Любое судебное заседание имеет внутреннюю драматургию зрелища, и передать в отчете последовательность выступлений всех участников судебного разбирательства иногда вполне достаточно для того, чтобы повествование не было скучным. Судебный репортаж отличается от судебного отчета тем, что автор не просто передает последовательность рассмотрения дела, а рисует картинку «с натуры», т.е. описывает все, что происходит в зале судебных заседаний, и описание деталей судебного слушания создает необходимый эффект присутствия. В правовой журналистике этот жанр используется не только как репортаж из зала суда. Это может быть и репортаж с места происшествия, на которое судебный репортер и фотокорреспондент прибыли одновременно с полицейскими; репортаж из камеры предварительного заключения в районном отделе полиции или из исправительной колонии, где содержатся опасные преступники, и т.д.

Аналитическая корреспонденция – наиболее популярный жанр правовой журналистики. Ее предметом является один значительный правовой факт или одно значительное событие (преступление, принятие нового закона, судебный процесс), а все остальное: детали, примеры, суждения – служит вспомогательным материалом для его всестороннего освещения. Под рубрикой «Из зала суда» во многих изданиях публикуются тексты в жанре аналитической корреспонденции –

это та же судебная история (новость плюс комментарий), только ставящая проблему, часто критическая или поучительная, с обобщениями и выводами автора.

Аналитическая статья является основной формой глубокого, обстоятельного исследования и освещения важнейших вопросов правовой жизни. Аналитические статьи, которые пишут комментаторы или обозреватели по проблемам правосудия, нацелены на глубокое исследование тенденций развития судебной практики. Судебный очерк, как и аналитическая статья, – редкий, можно сказать, умирающий жанр журналистики. При подготовке очерка мало найти интересный случай, тщательно изучить документы, «разговорить» участников судебного процесса, – надо еще увидеть стоящее за фактами явление.

Разумеется, правовая журналистика присутствует и в других видах традиционных СМИ – это и криминальные телепередачи, и радиопередачи типа «Ваш адвокат», и, конечно, телеимитации судебных процессов, которые выходили на каждом из российских федеральных телеканалов более 10 лет, начиная с 2005 г. Сейчас телевизионные шоу, имитирующие судебные процессы, выходят только на телеканалах «Домашний» и «Мир 24». В отличие от юристов, телекритики оценивали 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» [4].

Однако все мы постепенно переходим с телевизора на *YouTube*, с радио на подкасты, а вместо печатной прессы читаем онлайн-издания. Все традиционные СМИ сегодня представлены в интернете, появились и новые медиа – сетевые издания, в том числе правовой тематики, существуют также специализированные интернет-порталы правовой информации. Под влиянием технологических факторов происходят жанровые, стилистические, коммуникационные трансформации журналистских произведений, и эти тенденции актуализируют необходимость изучения нового сегмента правовой журналистики – медийной репрезентации правовой жизни общества в цифровой среде. Можно предположить, что правовая журналистика в интернет-пространстве тоже меняется, порталы правовой информации и специализированные сетевые издания отличаются от традиционных СМИ мультимедийностью, новыми форматами представления информации.

Существует множество правовых интернет-ресурсов: это официальные сайты судов и сайты органов власти, электронные библиотеки, информационно-правовые базы данных «Гарант», «КонсультантПлюс», «Кодекс» и др., такие тематические порталы, как Федеральный правовой портал «Юридическая Россия», Национальный юридический портал «LEGAL.RU». Эти каналы правовой информации, как и веб-сайты специализированных юридических журналов («Юридический мир», «Судья», «Российское правосудие» и др.), имеют свою целевую аудиторию и востребованы профессионалами в сфере права.

Наиболее известный специализированный интернет-портал «Право.ru» является прежде всего российской справочно-правовой системой, содержащей десятки миллионов нормативных и судебных актов. Портал имеет вкладки с деловой информацией для юристов, интерактивную рубрику «Задать вопрос» с возможностью комментирования, является популяризатором правовых знаний, размещая интервью, аналитические материалы по правоприменительной практике. Правовой портал «Zakon.ru» также предназначен для юристов, но специализируется на гражданском праве, на обсуждении законодательных инициатив, нормативных и правовых актов. Сетевое издание «Legal Insight» – юридический журнал для профессионалов, обслуживающих бизнес. Сетевое издание «Адвокатская газета» – орган Федеральной палаты адвокатов России – отличают квалифицированно подготовленные тексты, простота и доступность изложения материалов, которые могут быть полезным источником информации для сотрудников масс-медиа, специализирующихся в судебной журналистике.

В то же время широкому кругу пользователей интернета, как представляется, наиболее интересна информация о конкретных уголовных и гражданских делах: о преступлениях, о дошедших до суда политических и экономических скандалах, об оказавшихся на скамье подсудимых известных людях, об актуальных в силу своей типичности гражданских спорах, полезных для повышения правовой грамотности населения. Читателей интересуют захватывающие детективные подробности расследования, неожиданные повороты в ходе судебного рассмотрения, предпосылки и результаты судебных тяжб.

Цифровизация медиа содержит большой потенциал для создания захватывающе интересных, увлекательных мультимедийных произведений, в том числе и на криминальные, судебные и правовые темы. Увеличение количества фотографий и других иллюстраций, новых

конвергентных форм представления информации, например видео или инфографики, может положительно сказаться на привлекательности материала, многократно повысить его выразительность, доходчивость и интерес к теме публикации, что особенно важно для формирования правосознания потребителей информации.

Рассмотрим композиционно-содержательные и жанрово-стилистические особенности правовой онлайн-журналистики: электронных версий нескольких печатных изданий, зарегистрированных как СМИ порталов правовой информации «Zakon.ru» и «Право.ru», а также специализированных сетевых изданий «Legal Report» и «Судебный репортер».

В плане содержания судебные материалы на веб-сайтах газет «Ведомости», «Российская газета» и «Коммерсантъ» ничем не отличаются от публикаций в печатных версиях. В основном, это тексты о резонансных уголовных делах, связанных с политическими персонами, дипломатическими лицами, медийными личностями, – такие новости о делах, имеющих общественную значимость в связи с личностью фигурантов, публикуются практически в каждом выпуске. На сайте «Российской газеты» публикуются, помимо принятых законов, комментарии юристов и читателей, статистика, интервью с экспертами, должностными лицами правоохранительных органов.

На веб-сайтах традиционных СМИ в основном дублируются их офлайн-версии, однако сообщения в цифровой среде более информативные, чем на бумаге: практически каждая заметка содержит гиперссылки на предыдущие публикации на ту же тему. Заметки, как правило, сопровождаются фотографией подсудимого (иногда вместо этого дается ничего не значащая иллюстрация с судебским молотком или наручниками, а на сайтах «Ведомостей» и «Российской газеты» часто публикуется только текст). Другие мультимедийные средства не используются. Не меняются даже заголовки публикаций. Известно, что в веб-журналистике заголовок должен быть максимально информативным для того, чтобы пользователь по заголовку понял, о чем пойдет речь, заинтересовался и кликнул на него [5. С. 117]. Несмотря на это, «Коммерсантъ», например, не отказывается ни от метафор, ни от игры слов в заголовках своих текстов, отчего посетителям сайта порой невозможно догадаться о содержании публикации (особенно если нет адекватного подзаголовка).

Приведем заголовки материалов газеты «Коммерсантъ», выложенные на сайте 22 августа 2022 г.: «Очередное внеочередное» (текст об

отзыве Госдумы с каникул из-за ситуации вокруг Запорожской АЭС), «Хромых уток по осени считают» (о переизбрании губернаторов в следующем году), «Перед смертью не насидишься» (об освобождении из СИЗО тяжелобольных), «России бросают визов» (от слова «виза» – о запрете на выдачу шенгенских виз гражданам РФ), «Нефть дала трещину» (об ограничении экспорта нефти из-за поломки оборудования), «Долларчик просто открывался» (о том, что американская валюта взяла курс на доминирование), «COVID оставляют с носом» (о назальной вакцине, которая оказалась все тем же «Спутником V»), наконец, совсем неожиданный заголовок «На грядках всходит иранная зелень» (к тексту о том, что производитель салатных смесей «Белая дача» планирует начать импорт сырья из Ирана).

Основную часть произведений правовой журналистики на веб-ресурсах печатных изданий составляют тексты информационных жанров. Аналитических текстов в онлайн-версиях газет практически нет, а если они и присутствуют, то возможности интернета пока не сделали их более читабельными. В то же время мультимедийный сторителлинг с видео, инфографикой, галереями фото, анимацией и подкастами, на наш взгляд, более чем подходит для историй о преступлениях и наказаниях, требующих не только сообщения фактов, но и подробного описания и объяснения драматических событий общественной жизни.

Попробуем представить, какой могла быть мультимедийная статья на основе текста «Караван махинаций закончился первым приговором» (сайт «Коммерсанта», 23 августа 2022 г.) Речь идет о приговоре в отношении московского предпринимателя, который вместе с шестью сообщниками пытался получить в Агентстве по страхованию вкладов компенсацию в размере 627 миллионов рублей для фиктивных вкладчиков подконтрольного банка. Мошенники нашли в разных городах более 500 человек, включая своих родственников и знакомых, с помощью которых оформили документы об открытии ими липовых банковских вкладов. Текст об этой «афере века» проиллюстрирован всего лишь фотографией судебного молотка, а можно было сделать видео из банка, реконструкцию события, интервью с людьми, открывшими фиктивные счета; дать статистику подобных судебных дел о финансовых махинациях с инфографикой, аудиозаписью комментария эксперта и т.п. В итоге получился бы совершенно новый продукт, обладающий уникальными свойствами и воздействием на правовое сознание читателей.

Таким образом, мониторинг сайтов печатных изданий «Ведомости», «Российская газета» и «Коммерсантъ» позволяет сделать вывод о том, что в редакциях рассматривают веб-сайты как ретранслятор, дублирующий содержание бумажной версии, но не как самостоятельный медийный проект с собственными уникальными информационными продуктами.

Возникшие непосредственно в интернете новые медиа должны, по идее, активнее использовать новые технологии для информационного наполнения сайтов. Зарегистрированные в качестве СМИ порталы правовой информации «Zakon.ru» и «Право.ru» применяют онлайн-новое обновление информации, гипертекстуальные и интерактивные возможности. Публикуя новости и разъяснения для юристов, они используют гиперссылки на тексты законов, не загромождая текст цитированием статей, что вынуждены делать в таких случаях печатные СМИ. Из фотоиллюстраций в пять раз чаще, чем фотография, используются рисунки, и примерно 50 процентов аналитических публикаций сопровождается инфографикой.

Дискуссии посетителей порталов «Zakon.ru» и «Право.ru» по поводу внесенных в Госдуму законопроектов демонстрируют еще один тренд – диалогичность новых медиа. М. М. Лукина пишет, что редакции интернет-СМИ, как зарубежные, так и российские, пользуются разными устоявшимися формами сетевого общения со своими потребителями, и это несомненно расширяет диапазон социальных возможностей канала [6. С. 70]. Думается, что к социальным возможностям каналов правовой информации можно отнести и влияние на формирование массового правосознания. Иные мультимедийные средства на порталах правовой информации не используются. Хотя доступность для понимания и привлекательность сухих правовых материалов могли бы увеличить не только гиперссылки и инфографика, но и видеоролики и аудиоподкасты. Жанровая структура порталов правовой информации также не отличается разнообразием: здесь используются, в основном, по классификации А. А. Тертычного [7. С. 176], мономедийные текстовые (вербальные) жанры, а именно заметки, либо мультимедийные вербально-визуальные – заметки с фотографией, рисунком, инфографикой.

Следует отметить, что возможности онлайн-журналистики дают стимул для развития такого жанра, как репортаж. В судебной журналистике, как и в спортивной, может использоваться репортаж в форме

онлайн-трансляции судебного слушания или спортивного состязания. Присутствующий на месте событий репортер пишет в редакцию небольшие сообщения с указанием точного времени происходящего, и к концу трансляции появляется развернутый репортаж с максимальным «эффектом присутствия». Такие онлайн-трансляции судебных заседаний часто размещались в сетевых изданиях «Медуза» и «Медиазона» (включены в реестр иностранных агентов и заблокированы в РФ). На «Медиазоне» есть даже специальный раздел «Онлайны», именно в нем размещаются текстовые онлайн-трансляции из залов судебных заседаний. Казалось бы, в условиях мультимедийной журналистики это могли бы быть и аудио-, и видеорепортажи (как о спортивном состязании), однако судебные репортеры не должны спрашивать у судей разрешения только на текстовую трансляцию (потокковую трансляцию фото и видео, как и саму фото- и видеосъемку, судьи обычно не разрешают).

Публикации, рассказывающие о конкретных событиях правовой жизни общества и о жизни судейского сообщества, размещаются в электронном периодическом издании «**Legal Report**» – довольно авторитетном источнике информации в области права. Разнообразие контента, оперативность новостей привлекают широкий круг читателей, сайт занимает лидирующие позиции по просмотрам и цитируемости среди правовых СМИ (1 250 000 посетителей в месяц). В разделах «Новости», «Расследования», «Мнения», «Судебный репортаж» размещаются как примеры из обычной судебной практики, так и истории, связанные с коррупцией в адвокатской среде, со взяточничеством следователей, с административным наказанием судей за разнообразные проступки и т.п.

«Legal Report» выпускает команда квалифицированных журналистов, заботящихся о достоверности и надежности сведений, взвешенности в оценках и тоне публикаций. Ничего лишнего нет ни в жанровой структуре (расширенные заметки и корреспонденции), ни в стилистике текстов (например, никаких кричащих заголовков). Из дополнительных мультимедийных средств – только гиперссылки на предыдущие тексты о данном деле или на публикации «Коммерсанта», «Версии», «Российской газеты» и «Ведомостей». Хотя, например, публикацию «Кассация смягчила приговор звезде “Ералаша”, который на службе в ГИБДД попался со взяткой», размещенную 8 августа 2022 г., можно было сопроводить, например, фотографиями, подка-

стами с интервью и фрагментами видео из выпусков журнала «Ерлаш» с участием бывшего актера. Но редакция издания размещает видео на отдельном канале на *YouTube* «Legal.Report Video».

Если «Legal Report» можно отнести к качественным сетевым изданиям, то онлайн-газету «Судебный репортер» – к массовым. Она проявляет интерес к скандальным сюжетам и к неоднозначным, на взгляд редакции, судебным решениям. Учредитель газеты – коллегия адвокатов г. Москвы «Новый Арбат» – называет ее «информационно-аналитической газетой адвокатских историй, журналистских расследований, общественного обсуждения конфликтов». Журналисты газеты часто участвуют в скандальных телевизионных ток-шоу. «Судебный репортер» предпочитает сюжеты сенсационные, душеспитательные или шокирующие. Заголовки корреспонденций о судебных делах кричат многочисленными знаками вопроса («Горький сахар чужих грехов???», «СИЗО как аномальная зона???», «Услуги следствия???», «В поисках справедливости???» и т.п.). Изданию явно недостает корректора и грамотного юриста для проверки журналистских материалов.

К большинству текстов «Судебного репортера» готовится выпуск видео, который дублируется в специальном разделе сайта. Видео снимаются по шаблону: рассказ родственников потерпевших или обвиняемых, речь адвоката – все направлено на то, чтобы вызвать у зрителей еще больше сочувствия к жертвам преступлений или к несправедливо осужденным. Видеоролик не интегрируется в текст, это отдельный информационный продукт. Текст не сопровождается ни фотографиями, ни рисунками, ни инфографикой. В результате не создается яркой, живой картины событий, какую аудитория могла бы получить, ознакомившись с настоящим мультимедийным медиатекстом (например, лонгридом).

Следует отметить, что ни в одном из интернет-изданий нет советов – ни от полиции, ни от самих пострадавших, ни от журналистов, – как не стать жертвой преступления. Видимо, имидж доброго и заботливого друга и советчика все-таки пока остается у печатных, причем у наиболее близких к читателю местных СМИ. Часто публикуют правовую информацию утилитарного характера и «Аргументы и факты», рассказывающие читателям, как защитить свои права, куда обращаться в случае бытовых конфликтов или происшествий на улице, как написать и подать судебный иск и т.д.

С целью проверки наших предположений о влиянии правовой интернет-журналистики на формирование массового правосознания в

июне 2022 г. было проведено пилотажное исследование – опрос пользователей интернета с помощью анкетирования. Анкета состояла из 15 вопросов, которые затрагивали различные аспекты освещения правовой жизни общества в сетевых СМИ. В опросе приняло участие 46 респондентов от 18 до 43 лет, из них 52 процента – с высшим образованием, 25 процентов – со средним специальным образованием (у остальных – среднее и неполное высшее образование). Больше половины опрошенных указали, что по виду деятельности они специалисты, 15 процентов – студенты, 10 процентов – предприниматели и столько же – руководители.

На вопрос «Откуда вы получаете правовые знания?» 65 процентов респондентов ответили: из интернета. Остальные указали на радио, телевидение и учреждения образования (отметим, что печатных СМИ, газет и журналов среди востребованных каналов правовой информации не оказалось). По мнению 75 процентов опрошенных, интернет является эффективным средством распространения правовой информации, однако остальные так не считают или затруднились ответить однозначно. Из правовых сетевых изданий и сайтов респонденты регулярно просматривают прежде всего «Право.ру», РАПСИ (Российское агентство правовой и судебной информации), сайты судов, веб-сайты федеральных изданий «Ведомости» и «Коммерсантъ» и «Legal Report» (однако это сетевое издание оказалось на последнем месте, а онлайн-газету «Судебный репортер» не отметил ни один из респондентов).

На вопрос «Нужна ли российскому обществу гласность правосудия?» все 100 процентов опрошенных ответили положительно. В качестве источника информации о судебных процессах также единодушно указан интернет. Три четверти респондентов ответили, что при получении сообщений о судебных приговорах у них появляется уверенность в возможности успешного противостояния преступности, повышается доверие к правосудию, однако 25 процентов заявили, что сомневаются в достоверности такой информации. Был в анкете и такой вопрос: «Какими вы представляете судей по публикациям СМИ?» Ответы мы просили расположить в порядке убывания. Оказалось, что аудитория масс-медиа представляет судей скорее безразличными (равнодушными) или строгими (жесткими), чем справедливыми, внимательными или сочувствующими. После прочтения публикаций отношение респондентов к суду и судьям в основном не меняется

(52 процента ответов), а если меняется, то в худшую сторону (44 процента респондентов).

«Какие правовые ценности наиболее часто утверждаются в текстах масс-медиа?». Ответы на этот вопрос мы также просили расположить в порядке убывания. По мнению опрошенных, в текстах утверждаются справедливость, правопорядок, неотвратимость наказания, безопасность, законность, беспристрастность правосудия, права человека и равенство всех перед законом. Некоторые респонденты считают, что публикации о судебных делах в интернете учат совершать преступления и уходить от наказания (15 и 12 процентов соответственно), но большинство опрошенных полагают, что публикации о судебных делах дают установку на законопослушание и помогают не стать потерпевшими (65 и 6 процентов соответственно).

Только 25 процентов респондентов ответили, что не испытывают сложностей при понимании правовой информации, остальные признали, что такую информацию воспринимать довольно сложно, и она «вообще непонятная». В то же время судебные истории и сюжеты, содержащие изложение конкретных правовых ситуаций с участием людей, дают, по мнению большинства опрошенных, более наглядное представление о законе, чем тексты законов, содержащие нормы права, интервью и комментарии юристов. Респонденты отметили, что судебные истории могут быть более понятными и увлекательными, если текст будет сопровождаться фото, видео, анимацией, инфографикой или подкастами.

Результаты опроса позволяют сделать вывод, что сетевые СМИ в настоящее время являются основным источником правовой информации, однако далеко не все считают эту информацию, во-первых, достоверной, во-вторых, доступной для понимания. Разумеется, порталы правовой информации и сетевые издания дают людям новые знания в правовой сфере, удовлетворяют их потребность знать о том, что и как происходит в залах судебных заседаний, но о значительном положительном влиянии новых медиа на формирование массового правосознания по результатам пилотажного опроса интернет-аудитории говорить преждевременно. При проведении основного исследования необходимо уточнить элементы и механизмы формирования массового правосознания и выяснить реальную правовую информированность респондентов, их эмоциональное отношение к закону и установки на соблюдение правовых предписаний, и главное – как эта

установка формируется под влиянием новых медиа (и новых форм представления информации) при репрезентации правовой жизни общества в цифровой среде.

Мониторинг веб-сайтов печатных СМИ и сетевых изданий показал, что влияние цифровых технологий на медиаконтент и текстовые формы правовой журналистики в масс-медиа пока минимально. Используются лишь отдельные мультимедийные средства: фотографии, гиперссылки, инфографика. И если информация о правовых явлениях в онлайн-СМИ оказывает более существенное влияние на массовое правосознание, чем информация в прессе, на радио и телевидении, то это влияние обусловлено не созданием уникальных произведений с использованием мультимедийных средств, а всего лишь тем, что новые медиа более популярны и востребованы по сравнению с традиционными СМИ. Активное использование преимуществ и возможностей интернета может помочь журналистам создавать истории на темы права более легкими для восприятия, доходчивыми и общепонятными. Последующие исследования позволят сделать вывод о том, действительно ли новые медиа могут более убедительно влиять на формирование массового правового сознания благодаря цифровым технологиям.

Список источников

1. Проблематика СМИ: Информационная повестка дня / под ред. М. В. Шкондина, Г. С. Вычу́ба, Т. И. Фроловой. М. : Аспект Пресс, 2008. 315 с.
2. *Третьякова О. В.* Судебная журналистика : учеб. пособие для студентов вузов. М. : Аспект Пресс, 2017. 206 с.
3. *Тарасов А. А.* Транспарентность правосудия – важный признак правового государства // Государство и право. 2013. № 4 (34). С. 15–20.
4. *Петровская И.* Суды идут // Известия. 2005. № 136.
5. *Градюшко А. А.* Жанрово-стилистические особенности новостной веб-журналистики // Веснік МДПУ імя І.П. Шамякіна. 2014. № 3 (44). С. 114–118.
6. *Лукина М. М.* Трансформации журналистского текста в условиях интернет-среды // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. 2009. № 3. С. 54–73.
7. *Тертычный А. А.* Особенности жанрообразования в интернет-СМИ // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 6 (149), вып. 17. С. 172–180.

References

1. Shkondin, M.V., Vychub, G.S. & Frolova, T.I. (eds) (2008) *Problematika SMI: Informatsionnaya povestka dnya* [Media Issues: Information Agenda]. Moscow: Aspekt Press.
2. Tretyakova, O.V. (2017) *Sudebnaya zhurnalistika: Ucheb. posobie dlya studentov vuzov* [Judicial journalism: Textbook for university students]. Moscow: Aspekt Press.
3. Tarasov, A.A. (2013) Transparentnost' pravosudiya – vazhnyy priznak pravovogo gosudarstva [Transparency of justice: an important feature of the rule of law]. *Gosudarstvo i pravo*. 4 (34). pp. 15–20.
4. Petrovskaya, I. (2005) Sudy idut [Courts are in session]. *Izvestiya*. 136.
5. Gradyushko, A.A. (2014) Zhanrovo-stilisticheskie osobennosti novostnoy veb-zhurnalistiki [Genre and stylistic features of news web journalism]. *Vesnik MDPU imya I.P. Shamyakina*. 3 (44). pp. 114–118.
6. Lukina, M.M. (2009) Transformatsii zhurnalisticheskogo teksta v usloviyakh internet-sredy [Journalistic text transformations in the Internet environment]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10. Zhurnalistika*. 3. pp. 54–73.
7. Tertychnyy, A.A. (2013) Osobennosti zhanroobrazovaniya v Internet-SMI [Peculiarities of genre formation in Internet media]. *Nauchnye vedomosti BelGU. Seriya Gumanitarnye nauki*. 6 (149):17. pp. 172–180.

Информация об авторе:

Третьякова О. В. – д-р полит. наук, доцент Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета (Санкт-Петербург, Россия). E-mail: olga.tretyakova.345@gmail.com

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

O. V. Tretyakova, Dr. Sci. (Political Science), associate professor, Saint Petersburg State University (Saint Petersburg, Russian Federation). E-mail: olga.tretyakova.345@gmail.com

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 07.09.2022;
одобрена после рецензирования 13.10.2022; принята к публикации 13.12.2022.*

*The article was submitted 07.09.2022;
approved after reviewing 13.10.2022; accepted for publication 13.12.2022.*