

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 коммуникации¹. 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 фигур². В 1981 году Серж Московичи указывал на «глубокую трансформацию политической и культурной жизни под влиянием в первую очередь радио, а затем телевидения»³.