

лучат свое дальнейшее развитие и окажут значительное влияние на скорость и объем верификационных практик в журналистике.

Библиографические ссылки

1. *Hassan N., B. Adair J., Hamilton Ch., Li M., Tremayne J., Yang C. Yu.* The quest to automate fact-checking // Computation+Journalism Symposium [Electronic resource]. URL: <http://cj2015.brown.columbia.edu/papers/automate-fact-checking.pdf> (data of access: 01.09.2021).
2. *Majithia S., Arslan F., Lubal S., Jimenez D., Arora P., Caraballo J., Li Ch.* Claim-Portal: Integrated Monitoring, Searching, Checking, and Analytics of Factual Claimson Twitter // ACL [Electronic resource]. URL: <https://aclanthology.org/P19-3026.pdf> (data of access: 01.09.2021).
3. *Hassan N., Zhang G., Arslan F., Caraballo J., Jimenez D., Gawsane S., Hasan Sh., Joseph M., Kulkarni A., Kumar Nayak A., et al /* ClaimBuster: the first-ever end-to-end fact-checking system // Very Large Data Base Endowment Inc [Electronic resource]. URL: <https://vldb.org/pvldb/vol10/p1945-li.pdf> (data of access: 01.09.2021).
4. ClaimBuster. Automated Live Fact-Checking // Innovative Data Intelligence Research Laboratory [Electronic resource]. URL: <https://idir.uta.edu/claimbuster> (data of access: 01.09.2021).

ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СМИ В СФЕРЕ ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Д. В. Кулакова¹⁾, Н. И. Иовва²⁾

¹⁾*Приднестровский государственный университет им. Т. Г. Шевченко,
ул. 25 Октября, 128, 3300, г. Тирасполь, Приднестровье,
darina.kulakova@yandex.com,*

²⁾*Приднестровский государственный университет им. Т. Г. Шевченко,
ул. 25 Октября, 128, 3300, г. Тирасполь, Приднестровье,
iovva.nata@mail.ru*

В статье рассматривается тема формирования правовой культуры через средства массовой информации. В прошлом традиционные СМИ становились площадкой не только массового информирования населения, но и просвещения различных слоев общества. С годами эта просветительская функция не утратила своей силы, а лишь претерпела некоторые трансформации.

На помощь традиционным СМИ пришли новые медиа, а также разнообразные возможности интернет-пространства.

Ключевые слова: новые медиа; правовая культура; журналистика; масс-медиа; просветительская функция.

EDUCATIONAL POTENTIAL OF THE MASS MEDIA IN THE SPHERE OF LEGAL EDUCATION

D. V. Kulakova^a, N. I. Iovva^b

*^aShevchenko Transnistria State University,
128, 25thOctober Str., 3300, Tiraspol, Transnistria*

Corresponding author: D. V. Kulakova (darina.kulakova@yandex.com),

*^bShevchenko Transnistria State University,
128, 25thOctober Str., 3300, Tiraspol, Transnistria*

Corresponding author: N. I. Iovva (iovva.nata@mail.ru)

The article deals with the formation of legal culture through the means of mass media. In the past, traditional media became a platform not only for mass information of the population, but also for enlightenment of various strata of society. Over the years, this educational function has not lost its strength, but has only undergone some transformations. New media, as well as various possibilities of the Internet space, have come to the aid of traditional media.

Key words: new media; legal culture; journalism; mass media; educational function.

В современном мире рыночных отношений существуют простая логика: если есть товар – есть на него заказ и спрос. Среднестатистический потребитель забыл о существовании колесницы и портшеза, а кнопочный телефон и магазинные счета воспринимает как диковинку из далекого детства. Но при этом этот же потребитель ежедневно не может обойтись без просмотра ленты «Рекомендации» и «Актуальное» в социальных сетях, пары новостей от информационных агентств и запросов Google на различные важные и не очень важные вопросы. Точно так же обществу в большом количестве необходимы юристы, правоведа и, конечно, знания правовых актов и норм. При этом всем не помешала бы общедоступная площадка, на которой возможно задать вопрос или найти уже готовый ответ на возникшую правовую проблему. Если все это было бы лишним и изжившим себя, человечество давно бы поставило крест на таких специалистах так же, как европейские страны, например, уже лет 20 не видят особой надобности в трубочистах и кочегарах. И

список подобных «забытых» профессий с каждым годом растет. Сегодняшний потребительский запрос на рынке человеческих взаимоотношений диктует такую норму: у юриста должен быть юрист, у врача – свой врач, а у читателя – ответ на любой его вопрос в СМИ. И, конечно, в каждом случае особое внимание уделяется понятию «качественности», а не простого наличия.

Средства массовой информации в силу своих возможностей и функций являются площадкой для различных действий, особенно в XXI веке, когда на помощь традиционной журналистике пришли новые медиа. А еще именно эта площадка отличается качественной составляющей, что позволяет ей оставаться на протяжении многих столетий в поле зрения массового потребителя.

По закону немецкого филолога и практикующего журналиста прошлого века Вольфганга Рипля, новые медиа формируют самостоятельный сегмент в медиaprостранстве, поэтому не конкурируют и не вытесняют «традиционные СМИ». Данная закономерность была подтверждена как автором, так и многими другими исследователями сферы медиа. Появление интернет-газеты, блогов и влогов не стало причиной исчезновения «старых» СМИ в лице привычных газет, теле- и радиоканалов. Новые медиа заставили пересмотреть работу редакций. Так, интернет-СМИ становятся причиной «сжатия» традиционных, уменьшения тиражей и, как следствие, доходности. Одновременно с этим происходит процесс «перерождения» традиционных СМИ, ведь конкуренция заставляет редакции совершенствовать маркетинговые технологии, повышать содержательную и формальную стороны подачи информации. Модернизация привычных СМИ все чаще становится удерживающим фактором для потребителя данного СМИ. А это приводит к тому, что СМИ сохраняют за собой большую часть национального медиарынка.

Но что же заставляет СМИ перестраивать себя вновь и вновь? Запрос потребителя – его интересы и вкусы, а также используемые им тенденции. Сегодня читатель не может жить без трендов, а сами тренды – ничто без своего пользователя. Замкнутый круг, куда вовлечены как традиционные СМИ, так и новые медиа. Одним из таких запросов потребителя является вопрос правового просвещения. Интернет в прямом смысле этого слова «кишит» миллиардами сайтов и статей, рассказывающих наперебой о состоянии правовых аспектов в той или иной стране. Неподготовленный читатель сразу же «тонет» в этой информации, когда же профессионал спокойно ориентируется в понятиях и терминах. Именно человек, получивший высшее юридическое образование

или прошедший правовые курсы от какого-либо университета, отличит актуальную и действительно необходимую информацию от «адвокатских баек» и законов Хаммурапи. Неподготовленный читатель, то есть человек без специального образования, будет пользоваться всем, что найдет, и его счастье, если он получит только обновленную и проверенную информацию. Сфера права – одна из тех, что постоянно нуждаются в обновлении сведений, ведь кое-какие законы утрачивают свою силу, а другие претерпевают изменения.

Для трансляции правовой информации существуют разнообразные коммуникационные каналы. Однако чаще всего граждане получают информацию о действующих нормативно-правовых документах или принимаемых законах из неспециализированных источников коммуникации – социальных сетей: «Инстаграм», «Фэйсбук», «ВКонтакте». В настоящее время официальные аккаунты в «Инстаграм» имеются у многих органов государственной власти, например Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации, Следственного комитета Российской Федерации. Особую популярность набирают профессиональные аккаунты юристов-практиков, которые бесплатно дают через профиль рекомендации по составлению юридических документов, консультации по правовым вопросам, разъяснения действующего законодательства, а также информируют подписчиков об изменениях в законодательстве. Кроме того, в социальных сетях создаются и ведут работу различные группы профессиональных юридических сообществ. Стоит обратить внимание, что данные неспециализированные источники правовой информации во многом влияют на формирование правовой культуры граждан [1, с. 151].

Роль традиционной журналистики в формировании правовой культуры общества важна и ее заслуги нельзя недооценивать. Ведь средства массовой информации – это основной источник информирования граждан, в частности, о правовых нормах и принимаемых реформах в этой сфере. Общественно-политические газеты всегда отводили на своих страницах места для публикаций правовой направленности: комментарии правовых актов, ответов юристов на вопросы читателей, материалов на судебные темы, текстов о работе следственных органов, прокуратуры и милиции, «криминальной хроники».

Библиографические ссылки

1. *Иванова М. А.* Правовая культура в условиях развития сетевого общества // БГЖ. 2019. № 2 (27) [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovaya-kultura-v-usloviyah-razvitiya-setevogo-obschestva> (дата обращения: 15.08.2021).