

ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ ЗЕРТТЕУЛЕРІ ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ ARTICLES OF YOUNG RESEARCHERS

УДК 32.019.5

А. Ахметова,
магистрант Национальной школы
государственной политики

ПРАВОВАЯ КУЛЬТУРА ГРАЖДАН И РОЛЬ ПРАВОВОЙ ПРОПАГАНДЫ

Аннотация

В статье рассматриваются теоретические основы правовой культуры и пропаганды в контексте средств политической коммуникации. Кратко представлены меры пропаганды правовой культуры, осуществляемые в Казахстане.

Ключевые слова: правовая культура, пропаганда, политическая коммуникация.

Аңдатпа

Мақалада құқықтық мәдениетінің және насихаттың теориялық негіздері саяси коммуникация құралдарының контекстінде қарастырылады. Қазақстанда жүзеге асырылатын құқықтық мәдениет насихаттарының жүргізілген шаралары қысқаша берілген.

Тірек сөздер: құқықтық мәдениет, насихат, саяси коммуникация.

Abstract

Present article deals with theoretical bases of legal culture and propaganda in the context of political communication facilities. The measures of legal culture propaganda carried out in Kazakhstan are shortly considered.

Key words: legal culture, propaganda, political communication.

Культура играет ключевую роль во всех обществах мира, влияя на разные стороны жизни людей – от досуга до профессиональной деятельности. В последнее время роль культуры в процессе развития стала важной политической проблемой.

Организация Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) определяет культуру как комплекс особых духовных, материальных, интеллектуальных и эмоциональных характеристик общества или социальной группы, которые охватывают не только искусство и литературу, но также образ жизни, уклад совместного проживания, системы ценностей, традиции и верования. Непосредственно измерить эти верования и ценности можно не всегда, но измерению поддаются связанные с ними поведение и обычаи. В качестве таковой Система статистики культуры ЮНЕСКО определяет культуру через идентификацию и измерение поведения и обычаев, определяющихся верованиями и ценностями общества или социальной группы [1, с. 9].

Понятие культуры, как и понятие общества – категории, наиболее широко используемые в социологии и политологии. Культура включает в себя ценности, носителями которых являются члены определенной группы, нормы, которым они следуют [2].

Правовая культура есть разновидность культуры как социального явления. Данное понятие акцентирует внимание, прежде всего, на содержательных характеристиках правовых феноменов [3, с. 208].

Правовая культура – чрезвычайно емкое явление. Ее общественная значимость во многом превосходит границы нормативного воздействия права на социальные отношения. Являясь составной частью общечеловеческой культуры, правовая культура прямо и косвенно влияет на формирование сознания и деятельность личности в самых различных сферах жизни общества [4, с. 126].

Правовая культура есть совокупность правовых явлений, обеспечивающих достойное существование человека и человеческого общества. Каждое общество обладает своим уровнем правовой культуры: от самых простых до самых развитых ее форм.

Главным показателем правовой культуры является существование развитых правовых институтов, обеспечивающих права и свободы человека, его безопасность и уверенность в

завтрашнем дне. В то же время правовая культура существует не только как совокупность правовых явлений, но и как показатель правовой развитости человека, правовых действий, правосознания, уважения человеком существующих законов [4, с. 4].

Под правовой культурой в правоведении понимают определенный уровень качественного состояния правовой системы, а также правосознания и правового поведения отдельной личности, социальной группы или общества в целом.

Показателями уровня развития правовой культуры общества можно считать, в частности следующие:

- степень развития и совершенства права;
- степень совершенства юридической практики;
- уровень соблюдения и исполнения субъектами предписаний действующего законодательства;
- уровень сознательной правомерной активности субъектов;
- качество толкования правовых норм;
- степень развитости системы профессионального юридического образования;
- степень распространенности и доступности правовых знаний;
- уровень развития и востребованности правовой науки и др. [3, с. 209].

Определение правовой культуры, как качественного состояния правовой жизни общества – это всего лишь внешняя форма проявления данного явления. Внутреннее ее содержание заключается в развитии (в данном случае – в правовом развитии) человека во всем многообразии и целостности его общественного существования. Развитие человека в процессе деятельности по созданию, усвоению правовых ценностей есть личностная форма существования правовой культуры.

Правовая культура – не просто качественное состояние правовых явлений в оторванности от человека, а качественное состояние правового развития и самого человека, и социальных групп, страт, наций и народностей, а также их правовая деятельность, в процессе которой меняются воззрения на мир и привносятся в нее новые качества [4, с. 130].

Особенностью современной политико-правовой ситуации Республики Казахстан и других стран СНГ является то, что на постсоветском пространстве формируется принципиально новая правовая культура, вбирающая в себя как позитивный опыт предыдущих эпох и культур, так и современные достижения и ценности правовой культуры развитых демократических стран.

В связи с этим актуальным является составление перечня рекомендаций по проблемам правовой культуры в современном обществе, ее пропаганды как самостоятельной политической технологии, как средства политической коммуникации, способствующих интеграции политической и правовой культуры.

Вопросы пропаганды, как и другие вопросы, связанные с воздействием одного человека на другого, чрезвычайно многогранны и неоднозначны. Они затрагивают не только целый сонм наук от политологии до физиологии, но и области вненаучные: мораль, этику, бытовое мировоззрение. Именно этим объясняется то что, несмотря на активное применение пропагандистских методик на практике, их теоретическое осмысление отличается крайней противоречивостью. Процесс осложняется преимущественно негативной эмоциональной окраской самого термина «пропаганда» и бытующими в обществе стереотипами в ее отношении [5, с. 16] Часто в качестве синонимов «пропаганды» используются слова «ложь», «искажение», «манипуляция», «психологическая война», «промывание мозгов» [6].

Исследователи рассматривают пропаганду в связи со средствами массовой информации, в качестве социального регулятора, в связи с совершенствованием стратегии и тактики ведения войн.

Пропаганда нашла активное применение и в политике. Она становится средством проведения политического курса, дипломатии, достижения конкретных целей как внутри страны, так и за ее пределами [5, с. 17].

Когда акцент делается на целях, пропаганда ассоциируется с контролем и рассматривается, как сознательная попытка изменить или сохранить существующий баланс власти, который выгоден самому пропагандисту. В действительности задача пропаганды состоит в том, чтобы распространить среди аудитории определенную идеологию для достижения заранее сформулированной цели. Будь то правительственное агентство, стремящееся поощрить массовую волну патриотизма в периоды войны, военный руководитель, стремящийся

запугать противника путем преувеличения своей силы, или корпорация, пытающаяся «продать» собственный имидж с целью своей легитимации в глазах клиентов, – во всех случаях существует тщательно составленный план манипуляции аудиторией при помощи символов для достижения определенных целей.

Пропаганда представляет собой «целенаправленное и систематическое стремление формировать восприятия, манипулировать знаниями и направлять поведение для достижения реакции, способствующей реализации желаемой пропагандистом цели» [6].

Пропаганда – сложное системное явление, включающее целый комплекс составляющих:

- субъект пропаганды (коммуникатор);
- адресат пропаганды (реципиент);
- содержание пропаганды (идеи);
- средства пропаганды (СМИ, литература, кино и т. д.);
- форма пропаганды (устная, письменная и т. п.);
- метод пропаганды (приемы оказания влияния);
- принципы пропаганды;
- цели пропаганды.

Данный перечень не является исчерпывающим. Возможна его дальнейшая детализация, что лишний раз подтверждает сложность, комплексность и многоплановость изучения пропаганды.

Таким образом, пропаганда – это многоэлементная политическая технология, ориентированная на управление обществом путем формирования у реципиентов прочных социальных установок и стереотипов, отвечающих интересам коммуникатора [5, с. 47].

В книге американских исследователей Гарта Джоуэтта (Хьюстонский университет) и Виктории О’Доннел (Северо-Техасский университет), посвященной анализу пропаганды и феномена внушения в современном мире, приводятся следующие дефиниции.

«Пропаганда представляет собой форму коммуникации, которая отличается от внушения тем, что стремится добиться реакции, способствующей реализации желаемых самим пропагандистом целей. Внушение основано на принципе взаимодействия и стремится удовлетворить потребности как того, кто внушает, так и объекта внушения. Модель пропаганды описывает, каким образом элементы информационной коммуникации и коммуникации внушения можно инкорпорировать в пропагандистскую коммуникацию» [6].

Хотя пропаганда принимает различные формы, она почти всегда представляет собой в той или иной форме «активизированную идеологию». Иногда она служит средством возбуждения общественного мнения в поддержку определенных целей, зачастую выполняет интеграционные функции, делая публику пассивной и отвлекая ее от любых форм несогласия с существующей системой.

Пропаганда подразделяется на «белую», «серую» и «черную» в зависимости от ее источника и достоверности информации. При «белой» пропаганде ее источники можно установить с большой точностью, и информация более или менее соответствует действительности. При «серой» пропаганде источник в точности определить нельзя, а достоверность информации находится под вопросом. «Черная» пропаганда использует ложный источник, распространяет ложь и сфабрикованные сообщения и поэтому рассматривается как «большая ложь».

Для характеристики пропаганды используется также термин «дезинформация». Это, как правило, «черная» пропаганда, поскольку она использует ложную информацию. Таким образом, пропаганда строится на широкой гамме сообщений – от правды до откровенной лжи. В то же время в ее основе лежат определенные ценности и идеология. Ее средства могут варьироваться от обычной тенденциозно подобранной информации до откровенной лжи, но цели всегда заранее определены в пользу пропагандиста [6].

Характерным показателем возникновения новых политических практик и отношений, использования технических возможностей в сфере власти служат политические коммуникации [7, с. 18].

Выдающийся американский политолог, представитель бихевиористского подхода в политике Гарольд Дуайт Лассуэлл исследовал пропагандистские практики СМИ и показал принципиальное значение субъекта для образования коммуникации. Именно он предложил ставшую впоследствии хрестоматийной модель коммуникации, отвечавшую на вопросы: кто сообщает? что сообщает? по какому каналу? кому? с каким эффектом? [7, с. 18]

Впоследствии Г. Лассуэлл дал более развернутую версию своего подхода к характеристике коммуникации, который стал выглядеть следующим образом: кто? с каким намерением? в какой ситуации? с какими ресурсами? используя какую стратегию? оказывая влияние на какую аудиторию? с каким результатом?

В современном государстве в политической игре постоянно участвуют разнообразные акторы, которые обладают не только собственными интересами в отношении власти, позициями, статусами или ресурсами, но и присущими им механизмами получения, особенностями восприятия информации, способностями к установлению коммуникационных контактов.

В этой связи уместно вспомнить, что и в бывшем СССР – при всем идеологическом характере партийно-государственной пропаганды – повсеместная пропаганда коммунистических идей, пусть и частично, но все же способствовала распространению социальных знаний и тем самым являлась определенной формой образования взрослого населения [7, с. 100].

Учитывая, что пропаганда (лат. *propaganda* – подлежащее распространению) – деятельность, устная или с помощью средств массовой информации осуществляющая популяризацию и распространение идей в массовом сознании [8], можно сделать вывод о том, что распространение идей правовой культуры дает нам возможность полагать, что правовая пропаганда представляет собой популяризацию правовых знаний, и, отчасти, выступает как элемент правового воспитания граждан.

Вопросы необходимости пропаганды правовой культуры отражены в Концепции правовой политики Республики Казахстан на период с 2010 по 2020 годы в разделе «Правовое образование, правовая пропаганда».

Составной частью научно-образовательной деятельности является правовое образование, правовая пропаганда, то есть вопросы правовой культуры. В этой связи следует продолжать работу по повышению правосознания граждан, в том числе юридической грамотности среди государственных служащих. Необходимо расширять объемы и повышать качество правовой пропаганды среди населения через средства массовой информации, включая интернет-ресурсы, активизировать научные исследования по актуальным проблемам законодательства и правоприменения, особенно в тех отраслях права, которые наиболее востребованы в повседневной жизни граждан [9].

В целях повышения уровня правовой культуры, совершенствования форм и методов праворазъяснительной работы, повышения эффективности правового обучения и воспитания граждан Правительством Республики Казахстан утвержден Комплексный план по повышению уровня правовой культуры граждан Республики на 2012–2014 годы [10].

В рамках Комплексного плана организовываются выездные консультации для сельского населения с использованием различных форм и методов информационно-пропагандистской работы. Проводится праворазъяснительная работа с отдельными категориями населения, в частности с предпринимателями, журналистами, пенсионерами, инвалидами и малоимущими. Предоставляются консультации гражданам по вопросам, касающимся деятельности государственных органов, внедряется практика проведения Дней открытых дверей и оказание юридических консультаций гражданам на бесплатной основе коллегиями адвокатов и нотариальными палатами. Проводится республиканская акция «Юстиция консультирует» с участием сотрудников органов юстиции и партией «Нур Отан».

Комплексным планом предусматривается размещение информационных материалов по правовой тематике в периодических печатных изданиях, освещение в СМИ результатов прокурорских проверок.

Отдельным мероприятием выступает проведение курсов по переподготовке и повышению квалификации преподавателей правовых дисциплин с привлечением ученых-юристов, наиболее опытных практических работников правоохранительных, судебных и иных органов.

Совершенствуется функционирование интернет-ресурсов государственных органов, в том числе местных исполнительных органов, в частности, по увеличению праворазъяснительных разделов (рубрик) и размещению необходимой правовой информации. Организуется проведение интернет-конференций по актуальным правовым вопросам. Создаются и выпускаются рекламно-имиджевые ролики по правовой тематике, телевизионные программы, радиопередачи, документальные фильмы, печатная и электронная литература, направленные на дальнейшее повышение уровня правовой культуры населения.

Реализация названных мероприятий подчеркивает, что формирование правового государства неотделимо от процесса развития правовой культуры населения [11]. Это, в свою очередь, способствует созданию развитого гражданского общества.

Известно, что состояние правовой культуры граждан является одним из показателей правовой системы. В этой связи правовая пропаганда, как средство политической коммуникации, выступает важным механизмом формирования гражданского общества и инструментом реализации Нового политического курса Казахстана как состоявшегося государства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Система статистики культуры ЮНЕСКО 2009. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001910/191061r.pdf>
- 2 Гидденс Э. Социология // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/gidd/02.php
- 3 Малько А.В. Теория государства и права. Учебное пособие/ А. В. Малько, В. В. Нырков, К. В. Шундилов. – 3-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2010. – 240 с.
- 4 Ибраева А. С., Есетова С. К., Савченко С. Ю. Правовая культура в гражданском обществе: проблемы формирования. – Астана: ТОО «Институт законодательства Республики Казахстан», 2007. – 308 с.
- 5 Абдулова В. Ф. Современная государственная пропаганда: теоретические и прикладные аспекты. Дисс. на соискание ученой степени кандидата политических наук. – Казань, 2007.
- 6 Джууэйтт Г. С., О’Доннел В. Пропаганда и внушение. – М., 1988.
- 7 Политические коммуникации: Учеб. пособие для студентов вузов / под ред. А. И. Соловьева. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 332 с.
- 8 Манойло А. В., Петренко А. И., Фролов Д. Б. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. – М.: Горячая линия – Телеком, 2003. – 541 с.
- 9 Указ Президента Республики Казахстан от 24 августа 2009 года № 858 «О Концепции правовой политики Республики Казахстан на период с 2010 до 2020 года» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: adilet.zan.kz/rus/docs/U090000858_
- 10 Постановление Правительства Республики Казахстан от 2 марта 2012 года № 285 «Об утверждении Комплексного плана по повышению уровня правовой культуры граждан Республики Казахстан на 2012–2014 годы» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: adilet.zan.kz/rus/docs/P1200000285
- 11 Постановление Правительства Республики Казахстан от 29 ноября 2008 года № 1116 «О Программе по праворазъяснительной работе, повышению уровня правовой культуры, правового обучения и воспитания граждан на 2009–2011 годы» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: adilet.zan.kz/rus/docs/P080001116_
- 12 «Стратегия «Казахстан – 2050»: новый политический курс состоявшегося государства» Послание Президента Республики Казахстан – Лидера Нации Н. А. Назарбаева народу Казахстана, г. Астана, 14 декабря 2012 года // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: adilet.zan.kz/rus/docs/K1200002050

Дата поступления статьи в редакцию 20.10.2013