

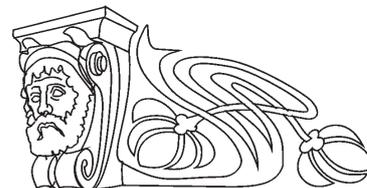


Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2023. Т. 23, вып. 1. С. 79–84  
*Izvestiya of Saratov University. Economics. Management. Law*, 2023, vol. 23, iss. 1, pp. 79–84  
<https://eup.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/1994-2540-2023-23-1-79-84>, EDN: AUKESP

Научная статья  
УДК 340

## Роль правовой пропаганды в укреплении идеологических основ общества



Е. Н. Тогузаева

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Россия, 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83

Тогузаева Екатерина Николаевна, кандидат юридических наук, доцент, заведующий кафедрой гражданского права и процесса, [belana1@yandex.ru](mailto:belana1@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0003-4462-677X>

**Аннотация. Введение.** Развитие национальной правовой системы не может происходить в отрыве от правовой идеологии, в свою очередь, правовая идеология определяет цели воздействия правовой пропаганды: идеи-ценности, которые являются ключевыми в воздействующем характере пропаганды, остаются базисными и в правовой идеологии. Несмотря на то что идеи-ценности задают цели воздействия правовой пропаганды, эффективность самой пропаганды напрямую зависит от этих ценностных идей. **Теоретический анализ.** Непосредственное влияние правовой пропаганды выражается в усвоении личностью тех стереотипов и моделей поведения, на которые личность была нацелена. Косвенное (опосредованное) влияние правовой пропаганды также возможно, например, в тех случаях, когда целенаправленного воздействия не было, однако результат проявляется в подкреплении уже сформированных ранее установок, косвенное влияние возможно через субъектов-посредников, а также при влиянии социальной среды. Любое действующее право является индикатором тех представлений о праве, которые сложились в том или ином обществе и само по себе также обладает правопробандистским эффектом. Правовая пропаганда не исчерпывается только своей правовой составляющей, идеологическая составляющая включает и субъективные компоненты, отвечающие за восприятие и осмысление правового поведения, будь то политический опыт адресата, его чувство справедливости и гражданской ответственности. Соответственно, прослеживается зависимость эффективности восприятия правовой пропаганды и от уровня правосознания: на уровне профессионального правосознания, считаем, можно отметить высокий уровень восприятия правовой пропаганды (в зависимости от источника пропаганды, научности приемов, манипулятивных средств, чувствительности к общественным оценкам, критичности осмысления и др.). **Результаты.** Развернутая система государственной пропаганды, в том числе и правовой, обеспечивает формирование единых ценностных ориентиров в обществе. Государственная пропаганда многопланова, однако она всегда находится в русле правового поля. Делается вывод, что пропаганда является одним из тех деятельностных компонентов, средств, которые обеспечивают реальную действенность правовой идеологии. Если правовую идеологию представлять как сложный механизм воздействия для формирования определенного поведения, то пропаганда есть средство работы этого механизма, при этом как в деятельности государственных структур, так и в работе институтов гражданского общества. Подчеркивается, что поскольку правовая идеология всегда привязывается к результатам правового осознания мира, то специфика воздействия правовой идеологии обеспечивается правовой пропагандой.

**Ключевые слова:** правовая пропаганда, правовая идеология, государственная пропаганда, профессиональное правосознание

**Для цитирования:** Тогузаева Е. Н. Роль правовой пропаганды в укреплении идеологических основ общества // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2023. Т. 23, вып. 1. С. 79–84. <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2023-23-1-79-84>, EDN: AUKESP

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

### The role of legal propaganda in strengthening the ideological foundations of society

E. N. Toгуzaeva

Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia

Ekaterina N. Toгуzaeva, [belana1@yandex.ru](mailto:belana1@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0003-4462-677X>

**Abstract. Introduction.** The development of the national legal system cannot take place in isolation from the legal ideology. In its turn, the legal ideology determines the goals of the influence of legal propaganda: the ideas-values, that are key to the influencing nature of propaganda, remain basic in the legal ideology. Despite the fact that ideas-values set the goals of the impact of legal propaganda, the effectiveness of the propaganda itself depends directly on these value ideas. **Theoretical analysis.** The direct influence of legal propaganda is expressed in the assimilation by the individual of those stereotypes and behavior patterns that the individual was aimed at. Indirect (mediated) influence of legal propaganda is also possible. Indirect influence can be spotted in cases where there was no targeted impact, but the result is manifested in the reinforcement of previously formed attitudes, possibly through intermediary subjects, as well as under the influence of the social environment.



Any law in force is an indicator of those ideas about law that have developed in a particular society and in itself also has a law-propaganda effect. Legal propaganda is not limited to its legal component: the ideological component also includes subjective components responsible for the perception and understanding of legal behavior, whether it is the political experience of the addressee, his / her sense of justice and civic responsibility. Accordingly, there is a dependence of the effectiveness of the perception of legal propaganda on the level of legal awareness: at the level of professional legal awareness, we believe that a high level of perception of legal propaganda can be registered (depending on the source of propaganda, scientific methods, manipulative means, sensitivity to public assessments, critical comprehension, etc.). **Results.** An extensive system of state propaganda, including legal propaganda, ensures the formation of common value orientations in society. State propaganda is multifaceted, but it is always in line with the legal field. It is concluded that propaganda is one of those active components, means that ensure the real effectiveness of legal ideology. If the legal ideology is presented as a complex mechanism of influence for the formation of certain behavior, propaganda is the means of operation of this mechanism, both in the activities of state structures and in the work of civil society institutions. It is emphasized that since the legal ideology is always tied to the results of the legal understanding of the world, the specific impact of the legal ideology is ensured by legal propaganda.

**Keywords:** legal propaganda, legal ideology, state propaganda, professional legal awareness

**For citation:** Toguzueva E. N. The role of legal propaganda in strengthening the ideological foundations of society. *Izvestiya of Saratov University. Economics. Management. Law*, 2023, vol. 23, iss. 1, pp. 79–84 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2023-23-1-79-84>, EDN: AUKESP

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

## Введение

Идеология, являясь системой идей и системой ценностей, стабильно привлекает внимание ученых разных специальностей. Системность, теоретическая обоснованность, концептуальная оформленность идей, ценностей представляются нам одними из важнейших черт идеологии, при этом в зависимости от сущности идеологии и ее природы взгляды и идеи могут быть различные: политические, философские, религиозные, нравственные и правовые. «Правовая идеология в общеправовом плане представляет собой лишь те знания, которые соответствуют достижению целевой установки, определяемой конкретными социальными интересами» [1, с. 89].

В общей теории права наиболее часто о правовой идеологии говорят как об одном из структурных элементов правосознания, наряду с правовой психологией. Чувства, эмоции и переживания, которые «обрамляют» восприятие права, относят к правовой психологии, фактически это субъективное восприятие правовых явлений, которое далеко не всегда совпадает с объективной реальностью. Правовую идеологию представляют как систематизированные представления о праве, в основе которых лежат идеи, знания, ориентиры, концепции, отражающие взгляд на правовые явления общественной жизни, правовую действительность и на право в целом. При этом, как отмечается во многих правовых исследованиях, идеология не просто включает в себя определенные ценности, а имеет нормативный характер. Как, например, справедливо отмечает А. Н. Буховец в своем диссертационном исследовании, «Конституция и иные законодательные акты представляют собой материализацию идеологических постулатов какой-либо части социума, социальных групп или субъектов власти, а в идеале – всего

общества» [2, с. 6–7]. А профессор А. М. Цалиев подчеркивает, что конституционные нормы, закрепляющие признание человека, его прав и свобод высшей ценностью, признание свободы мысли слова и других основных прав и свобод человека, фактически составляют основу государственной идеологии России [3].

Нормативный подход понимания правовой идеологии нам близок, согласно ему правовая идеология не включается в понятие права, но, тем не менее, ее влияние на право не отвергается, например, на стадии законотворчества.

Развитие национальной правовой системы не может происходить в отрыве от правовой идеологии. Какова же роль правовой пропаганды в правовой идеологии? Правовая идеология определяет цели воздействия пропаганды. Те идеи-ценности, которые являются ключевыми в воздействующем характере пропаганды, остаются базисными и в правовой идеологии. Несмотря на то что идеи-ценности задают цели воздействия пропаганды, эффективность самой пропаганды напрямую зависит от этих ценностных идей.

Профессор П. А. Астафичев, исследуя конституционный запрет на государственную идеологию, подчеркивает важность понимания различия между пропагандой и идеологией, подчеркивая, что в отличие от идеологии пропаганда не является конституционно противоправной, при запрете лишь отдельных видов пропаганды в целом она даже поощряется, поскольку предполагает свободный мировоззренческий выбор объекта пропаганды, не принуждая к нему [4].

## Теоретический анализ

Формирование правовой идеологии осуществляется посредством нравственного и правового воспитания, правового обучения, правовой пропаганды. Иногда этот ряд про-



должают перечислением средств и инструментов воздействия, таких как СМИ, искусство, литература, кинематограф, коммуникативные приемы и другие, однако нам представляется несколько некорректным такое перечисление как однопорядковых категорий, поскольку в таком случае отождествляются формы и инструменты/средства:

1) формы правового воспитания имеют цель развить правосознание, внедрить правовые представления в массовое сознание и обозначить пути такого внедрения, это то, с помощью чего формируется правовая идеология. В этих формах может быть заложен пропагандистский, воспитательно-образовательный контекст;

2) инструменты/средства используются для достижения поставленных в первом случае целей.

Непосредственное влияние пропаганды выражается в усвоении личностью тех стереотипов и моделей поведения, на которые пропаганда была нацелена. Косвенное (опосредованное) влияние правовой пропаганды также возможно. Косвенное влияние следует отметить в тех случаях, когда целенаправленного воздействия не было, однако результат проявляется в подкреплении уже сформированных ранее установок, возможно через субъектов-посредников, а также при влиянии социальной среды. Любое действующее право является индикатором тех представлений о праве, которые сложились в том или ином обществе, и само по себе также обладает правопробандистским эффектом.

Сложившимся подходом считается рассмотрение правовой пропаганды наряду с правовым обучением как формы правового воспитания [5]. Средства же правовой пропаганды более динамичны, соответствуют развитию современного общества и отвечают последним тенденциям технологизации и интернетизации в обществе. И если еще лет пятнадцать назад письменные и устные средства правовой пропаганды были бы названы самыми успешными, то сейчас на первый план выступают такие средства, которые носят комбинированный характер (сочетая в себе элементы графического, аудиовизуального, электронного и другого контента, вплоть до виртуальных возможностей), что обеспечивает реализацию целей и задач правовой пропаганды. Особый импульс к развитию таких средств и усилению их роли придал кризис, связанный с распространением пандемии коронавирусной инфекции, форсированным переходом в онлайн, неизбежной активизацией правового регулирования в этой сфере. Новые условия

пандемического дискурса выявили преимущества и недостатки онлайн-коммуникации, что не могло не сказаться на характере средств правовой пропаганды.

Как отмечает в своих исследованиях А. М. Михайлов, «для действительности правовой идеологии недостаточно лишь официально установления и закрепления законодателем определенных идей в формальных источниках права. Необходимо, чтобы правовые идеи реально осуществляли свое воздействие на сознание и поведение субъектов правовой системы посредством установления и актуализации комплекса ценностей и целей, формирования установок и представлений в общественном и групповом правосознании, соответствующей ориентации правового поведения. Без осуществления своих базовых функций правовые идеи перестают являться частью правовой идеологии, представляя собой лишь декларации» [6, с. 32]. Такое реальное воздействие обеспечивается правовой пропагандой.

Справедливо сказано, «что политико-правовые идеи, воззрения, принципы и нормы, составляющие содержание правовой пропаганды, сами по себе, автоматически не овладевают сознанием людей. Необходима кропотливая, умелая, творческая работа пропагандистов по их отбору, разъяснению, донесению до разума и чувств каждого человека с целью превращения в личные убеждения, внутренний ориентир поведения людей» [7, с. 55]. И от того, насколько совершенны используемые пропагандистом средства и методы правовой пропаганды и насколько умело он ими пользуется, в немалой степени зависит эффективность всей его работы.

Правовая пропаганда не исчерпывается только своей правовой составляющей, идеологическая составляющая включает и субъективные компоненты, отвечающие за восприятие и осмысление правового поведения, будь то политический опыт адресата, его чувство справедливости и гражданской ответственности. Соответственно, прослеживается зависимость эффективности восприятия правовой пропаганды и от уровня правосознания: на уровне профессионального правосознания считаем возможным отметить высокий уровень правовой пропаганды (с другими уровнями имеются различия по источнику пропаганды, научности приемов, манипулятивным средствам, чувствительности к общественным оценкам, критичности осмысления и др.). На уровне профессионального правосознания можно говорить о признаках утонченности правовой



пропаганды, к примеру, считаем, что сам высокий уровень юридической техники, отмеченный как качество нормативно-правового акта, уже можно считать оказывающим пропагандистское воздействие. Только в таком случае речь будет идти исключительно о тех субъектах, которые способны оценить такое качество правового акта. А качественный с точки зрения юридической техники нормативно-правовой акт, в свою очередь, не поставит под сомнение легитимность действий законотворческого органа, своевременность и актуальность принятия акта. Безусловно, указанное выше пропагандистское воздействие не будет считаться нацеленным на конкретный результат, поскольку здесь уместно говорить о косвенном воздействии правовой пропаганды, а пропагандистские нарративы в таком случае не будут восприимчивы к заимствованию, если адресатом окажется субъект, у которого не сформировалось профессиональное правосознание. В том же случае, когда правовая пропаганда происходит при максимальной согласованности с убеждениями и правосознанием личности, она не воспринимается ею как пропаганда.

Характерными особенностями правовой пропаганды представляется возможным назвать следующие:

1) правовая пропаганда является идеологическим процессом;

2) обязательно содержит сформулированную цель (при этом сформулированная цель не всегда сфокусирована на результат в качестве действия, часто она может быть сформулирована как «развенчание» сомнений в правильности своих действий с учетом действующего законодательства);

3) направлена на распространение правовых ценностей, правовых идей, правовой политики;

4) реализуется в контексте системы правового воспитания;

5) в отличие от других видов пропаганды, содержит максимум значимой в содержательном плане информации (она максимально близка к правовому информированию и в меньшей степени использует психологические манипуляции по сравнению с политической, культурной, нравственной, религиозной пропагандой);

6) сокращает сроки формирования в обществе необходимых стереотипов, принятия правовых идей и правовых реалий, отличается особой эффективностью воспитательного воздействия на адресата по сравнению с иными формами правового воспитания.

Появление правовой пропаганды ученые связывают с периодом становления раннекласс-

сового общества, подчеркивая ее непосредственную связь с формированием государственности. Так, П. С. Гуревич проводит связь появления правовой пропаганды с периодами, когда складывается историческая потребность господствующих классов оправдать социальное неравенство, навязать массам общественные идеи, выражающие интересы этих классов, в связи с чем речь идет о тех периодах, когда можно говорить о сформированной системе правовых норм [8, с. 109]. Однако возникает вопрос, всегда ли правовую пропаганду можно считать государственной? Очевидно, что нет, поскольку активно такую деятельность ведут и негосударственные структуры.

Всегда ли государственная пропаганда является политической? В этом вопросе, на наш взгляд, важно разобраться не в соотношении указанных категорий, а в их понимании и подходах к пониманию. Политологи чаще отождествляют государственную пропаганду с политической либо определяют их одну через другую. Зачастую государственную пропаганду понимают как политическую технологию, направленную на обеспечение поддержки (одобрения) обществом определенного типа государственности [9, с. 16]. Однако считаем, что такой подход значительно сужает понимание государственной пропаганды. Понимание государственной пропаганды только с учетом политического контента выводит за рамки большую часть деятельности государственных органов, которые также реализуют пропагандистскую функцию, но в меньшей степени являются политическими (достаточно вспомнить о пропаганде традиционных семейных ценностей, пропаганде многодетности, осознанного материнства, которая уже нашла отражение в законодательстве современной России). Приведенные примеры скорее из области социально-этической, чем политической. Однако в обязанностях многих государственных органов уже отражена такая пропагандистская деятельность, и ежегодно составляются планы соответствующих мероприятий (так, к примеру, органы государственной власти в области физической культуры и спорта обязаны вести активную пропагандистскую деятельность, ориентированную на популяризацию ценностей здорового образа жизни в российском обществе и привлечение населения к ведению здорового образа жизни). Конечно, в данной сфере неопределимую роль играет и негосударственный сектор, что уже выходит за рамки сугубо «государственной пропаганды». И если



в политическом контексте все чаще на первом плане видно манипулятивное воздействие на общество – как конечный ориентир, то в приведенных нами примерах правильнее говорить о ценностно-стабилизирующем воздействии. Отождествление понятий государственной и политической пропаганды некорректно также, учитывая и то, что последняя может исходить не только от государства, но и от негосударственных структур и организаций, в том числе может реализовываться другими элементами политической системы – политическими партиями, профсоюзными организациями и др. Таким образом, далеко не всю политическую пропаганду можно назвать государственной.

Однако даже если рассматривать пропаганду здорового образа жизни как одно из направлений государственной спортивной политики, пропаганду традиционных семейных ценностей как социальный заказ со стороны государства и направление социальной политики и т.д., то даже в этом случае считаем ошибочным отождествлять государственную пропаганду с политической, поскольку о последней уместнее говорить в контексте избирательного ресурса и управленческого предназначения. Кроме того, политическая пропаганда носит политический характер и не всегда урегулирована нормой права, может являться чем-то вроде политического обыкновения.

Если политическая пропаганда есть политическая технология, «ориентированная на управление обществом путем формирования у реципиентов прочих социальных установок и стереотипов, отвечающих интересам коммуникатора» [9, с. 10–11], то правовая пропаганда позволяет формировать социально-правовые установки, влиять на правовое поведение, поэтому о видовом разнообразии пропаганды и о ее сущностном содержании можно судить по целевым установкам пропагандистских действий. Однако следует отметить, что последнее в современных условиях реализовать все сложнее и сложнее ввиду размывания образов правомерного поведения и популяризации идеи правового нигилизма.

### Результаты

Развернутая система государственной пропаганды, в том числе и правовой, обеспечивает формирование единых ценностных ориентиров. Государственная пропаганда многопланова, однако она всегда находится в русле правового поля. Считаем, что правовая пропаганда является одним из тех деятельностных компонен-

тов, средств, которые обеспечивают реальную действительность правовой идеологии. Если правовую идеологию представлять как сложный механизм воздействия для формирования определенного поведения, то пропаганда есть средство работы данного механизма, при этом как в деятельности государственных структур, так и в работе институтов гражданского общества. Поскольку правовая идеология всегда связана с результатами правового осознания мира, отражает отношение человека к праву, то специфика воздействия правовой идеологии обеспечивается правовой пропагандой. А ввиду многозначности содержания социальных ценностей можно говорить и о разновидности и разносубъектной правовой пропаганде.

### Список литературы

1. Реуф В. М., Сальников П. П. Правовая идеология и правовые идеалы: некоторые дискуссионные аспекты понимания и соотношения // Вестник Академии экономической безопасности МВД России. 2010. № 3. С. 89–95.
2. Буховец А. Н. Идеологическая функция государства : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 2002. 20 с.
3. Цалиев А. М. О необходимости государственной идеологии в Российской Федерации // Российская юстиция. 2019. № 5. С. 40–43.
4. Астафичев П. А. Конституционный запрет на государственную или обязательную идеологию: к вопросу о доктринальном осмыслении и обосновании // Конституционное и муниципальное право. 2022. № 8. С. 12–18. <https://doi.org/10.18572/1812-3767-2022-8-12-18>
5. Бондарев А. С. Правовая пропаганда и обучение – формы правового воспитания: понятие и средства воздействия // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2008. Вып. 1 (1). С. 4–16.
6. Михайлов А. М. Правовая идеология и юридическая догматика // Genesis: исторические исследования. 2017. № 1. С. 31–52. <https://doi.org/10.7256/2409-868X.2017.1.19220>
7. Правовая пропаганда. В помощь идеологическому работнику / под ред. А. В. Мицкевича. М. : Юридическая литература, 1981. 208 с.
8. Гуревич П. С. Пропаганда в идеологической борьбе. М. : Высшая школа, 1987. 262 с.
9. Абдулова В. Ф. Современная государственная пропаганда: теоретические и прикладные аспекты : автореф. дис. ... канд. полит. наук. Казань. 2007. 23 с.

### References

1. Reuf V. M., Salnikov P. P. Legal ideology and legal ideals: Some debatable aspects of understanding and



- correlation. *Bulletin of the Academy of Economic Security of the Ministry of Internal Affairs of Russia*, 2010, no. 3, pp. 89–95 (in Russian).
2. Bukhovets A. N. *The Ideological Function of the State*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Jur.). Moscow, 2002. 20 p. (in Russian).
  3. Tsaliev A. M. On the necessity of state ideology in the Russian Federation. *Russian Justice*, 2019, no. 5, pp. 40–43 (in Russian).
  4. Astafichev P. A. Constitutional prohibition of state or mandatory ideology: On doctrinal understanding and justification. *Konstitutsionnoe i munitsipal'noe pravo* [Constitutional and Municipal Law], 2022, no. 8, pp. 12–18 (in Russian). <https://doi.org/10.18572/1812-3767-2022-8-12-18>
  5. Bondarev A. S. Law propaganda and law training – the law education forms: Notion and means influence. *Bulletin of the Perm University. Legal Sciences*, 2008, iss. 1 (1), pp. 4–16 (in Russian).
  6. Mikhailov A. M. Legal ideology and legal dogma. *Genesis: Historical Research*, 2017, no. 1, pp. 31–52 (in Russian). <https://doi.org/10.7256/2409-868X.2017.1.19220>
  7. Mitskevich A. V. (ed.) *Pravovaya propaganda. V pomoshch ideologicheskomu rabotniku* [Legal Propaganda. To Help the Ideological Worker]. Moscow, Yuridicheskaya literatura Publ., 1981. 208 p. (in Russian).
  8. Gurevich P. S. *Propaganda v ideologicheskoy bor'be* [Propaganda in the Ideological Struggle]. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 1987. 262 p. (in Russian).
  9. Abdulova V. F. *Modern State Propaganda: Theoretical and Applied Aspects*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Politic). Kazan, 2007. 23 p. (in Russian).

Поступила в редакцию 28.11.2022; одобрена после рецензирования 10.12.2022; принята к публикации 12.12.2022  
The article was submitted 28.11.2022; approved after reviewing 10.12.2022; accepted for publication 12.12.2022