

СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРАВА

**РЕФОРМУВАННЯ ПРАВОВОЇ СИСТЕМИ
В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

МАТЕРІАЛИ
IV Міжнародної науково-практичної конференції
(Суми, 21–22 травня 2020 року)

У двох частинах

Частина 1



Суми
Сумський державний університет
2020

- О. А. Бачинська, О. І. Гуржій та ін. К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2006 – 2007. Т. 2 : Розділи 11–22. 2007. С. 142.
6. Кардаш П., Кот С. Слава українського козацтва / передм. В. Смолія. Мельборн: Фортуна, 1999. С. 12.
7. Лазаревский А. М. Суды старой Малороссии. Киевская старина. 1898. № 7–8. С. 96.
8. Падох Я. Суди й судовий процес старої України: нарис історії; автор післясл. Б. Т. Цоцюра. Нью-Йорк–Париж–Сідней–Торонто–Львів : б/в, 1990. С. 25. (Записки Наукового Товариства ім. Шевченка; т. 209: Історично-Філософічна Секція: Правнична комісія; ч. 5.).
9. Про утворення Державного Сенату: Закон, затверджений Гетьманом України 8 липня 1918 р. // Копиленко О. Л. Держава і право України. 1917–1920 : Навч. посібник / О. Л. Копиленко, М. Л. Копиленко. К. : Либідь, 1997. С. 194–196.
10. Програма і Устрій Організації Українських Націоналістів. : затверджені Четвертим Великим Збором Українських Націоналістів в місяці серпні 1955 р. Б/м. : Накладом ОУН, 1955. С. 9.
11. Путро О. І. Гетьман К. Розумовський і судова реформа на Україні. Український археографічний щорічник. Нова серія. К. : Наук. думка, 1993. Вип. 2 : Український археографічний збірник; т. 5. С. 54.
12. Федун П. За тип організованої демократії в майбутній незалежній Українській Державі. «Полтава». Концепція Самостійної України : у 2 т. / Петро Федун – «Полтава» ; упоряд. і відп. ред. М. Романюк ; наук. ред. О. Луцький. К. : Ін-т українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України, 2008–2008. Т. 1: Твори. 2008. С. 430.
13. Чижевський П. І. Основи української державності. Відень : Наша воля, 1921. С. 59.
14. Яворницький Д. В. Історія запорізьких козаків : в 3 т.; пер. з рос. І. І. Сварник. Львів : Світ, 1990–1992. Т. I. 1990. С. 177.

ПРОПАГАНДА ЯК ПОЛІТИКО-ПРАВОВЕ ЯВИЩЕ

Старинський М. В.

*д. ю. н., доцент, професор кафедри АГПФЕБ ННІ права
Сумського державного університету*

Пропаганда, як явище має соціальну природу і вона може бути використана тільки в соціумі. При цьому пропаганда в своїй переважній більшості пов'язана з владою і має на меті її «м'яке панування», що, на відміну від грубого, прямого, застосування примусу, діє шляхом зваблення підлеглих та формування у них бажання вчиняти відповідно до намірів

ретранслятора пропаганди.

Термін «пропаганда» етимологічно походить від латинських слів *pro* – для, на користь та *raganus* – язичник, обиватель, сільський житель, простий, невчений, *propagatio* – розповсюдження, розширення меж [25, с. 719]. Логіко-лінгвістичне тлумачення цих слів дає можливість говорити, що термін «пропаганда», в своїй основі, означав діяльність по донесенню певних знань до відома простих, невчених жителів, що розширяла межі їх обізнаності.

Якщо поглянути на сутність та природу пропаганди то варто звернути увагу на те, що вона, в переважній більшості, направлена на зайняття домінуючої позиції по відношенню до іншої, альтернативної, моделі картини світу.

В цьому аспекті можна обґрунтовано говорити про те, що пропаганда, як засіб донесення і утвердженні альтернативного порядку у суспільстві використовувалась і використовується вже практично протягом кількох тисячоліть.

Яскравим прикладом використання пропаганди є нагорна проповідь засновника християнства Ісуса Христа. З поширенням християнства пропаганда впевнено ввійшла в інструментарій поборників християнської віри, історичним підтвердженням чого може бути промова папи Урбана II на Клермонському Соборі яка вважається взірцем пропаганди і результатом якої стали Христові походи [31], і яка постійно використовувалась протягом всього періоду Христових походів [16].

В подальшому, пропаганда як термін і як вид діяльності, а також як орган з відповідною назвою була використана Католицькою церквою, в рамках діяльності якої Ігнасіо Лайолою, для просування християнізації мусульманського світу, був створений орден єзуїтів, що відправляв місіонерів в Бразилію, Індію, Японію. Але після появи реформації в католицькому середовищі, вже після смерті Лайоли, його діяльність було переорієнтовано на боротьбу з реформацією і 22 червня 1622 року була створена *Sacra Congregatio de Propaganda Fide* (Священна конгрегація розповсюдження віри) [13]. Трохи згодом, в 1627 році, для підготовки священників і розповсюдження католицизму, був створений Коледж пропаганди (*Collegium Urbanum*).

Аналізуючи діяльність ордену єзуїтів в рамках його функціонування по просуванню віри, можна з впевненістю говорити, що сам концепт пропаганди, в значенні розповсюдження інформації у вигляді певної ідеології для панування на певних територіях, бере свій початок від діяльності Конгрегації розповсюдження віри, оскільки саме в її недрах були розроблені ефективні методи просування католицької віри в дружньому, нейтральному та агресивному середовищі.

В наступні історичні періоди термін «пропаганда» використовувався досить рідко,

хоча механізми просування інформації, що були характерні для неї практикувались постійно практично у всьому тогочасному цивілізованому світі.

Розвиток нових механізмів комунікації, зокрема таких як газети, радіо інтенсифікував процес донесення інформації до аудиторії, і, відповідно, збільшив інтенсивність використання пропаганди як способу донести альтернативну існуючій думку.

Кінець XIX – початок XX століття став періодом світових соціально-політичних катаклізмів, в результаті яких значно збільшилась потреба держав в донесенні до своїх громадян потрібної для неї інформації. Саме в цей період з'являються фундаментальні науково-теоретичні роботи, що безпосередньо присвячені пропаганді. До таких робіт варто віднести роботу Густава Лебона «Психологія народів і мас» та роботу Габрієля Тарда «Думка і натовп». І саме вони стали основою теорії пропаганди і базою для подальших її досліджень і практики впровадження в діяльність держави.

Наслідком Першої Світової війни і виникнення в держав нагальної потреби донесення необхідної інформації до громадян стало заснування в деяких державах спеціальних органів пропаганди. Зокрема у Великій Британії в 1917 році для систематичної реалізації пропагандистських завдань було створено Міністерство інформації. В його функції входила цензура інформаційних компаній, преси, фільмів, листівок, плакатів з метою просування офіційно схвалених тем. Щоправда, як стверджують історики, діяльність цього міністерства «зіграла з британцями злий жарт, оскільки надії, які давала пропаганда, залишилися нереалізованими, герої війни залишилися без обіцяних будинків та землі, як результат – пропаганда стала асоціюватися з брехнею, а Міністерство інформації було розпущено [29. с. 39]». Проте саме це міністерство стало прообразом апаратів пропаганди в інших державах. Також варто звернути увагу на те, що саме в цей період, пропаганда втрачає свій нейтральний статус і починає набувати негативного відтінку, що був результатом дезінформації і психологічної війни проти бойового духу ворога [30. с. 72].

Узагальнений досвід першого «індустріального» використання пропаганди знайшов своє відображення в роботі Гарольда Ласвеля «Техніка пропаганди в світовій війні». Також однією з перших наукових робіт, що безпосередньо присвячені пропаганді стала робота Едварда Бернейса «Пропаганда», якою автор заклав основи комунікативної теорії пропаганди.

Враховуючи те, що після Першої Світової війни пропаганда, як спосіб формування потрібної для держави думки у населення використовувалась надзвичайно інтенсивно, її розвиток як політичного інструменту найбільш яскраво можна проілюструвати на

прикладі наукових теорій та підходів що почали формуватись в політичній і соціальній науках.

Як показує системний аналіз наукових джерел в яких відображався розвиток та вдосконалення пропаганди, наукові розробки пропаганди, дослідження її природи та її використання знайшли своє втілення в роботах представників п'яти основних підходів до її розуміння, а саме: ідеологічного, психологічного, культурологічного, комунікативного, технологічного.

Представники ідеологічного підходу констатували, що пропаганда – це «насправді не більше, ніж комунікація ідей, покликаних переконати людей думати і вести себе бажаним чином. Пропаганда покликана переконати людей робити речі, які приносять користь тому, хто переконує, або прямо, або опосередковано [18], це один із способів показати індивіду, в чому полягають його інтереси та які є засоби, що гарантують задоволення його бажань [9]. Цей підхід був покладений в основу діяльності Ульянова-Леніна при використанні пропаганди як засобу побудови комунізму [26, с. 12-15; 27. с. 192].

Представники психологічного підходу основною ціллю пропаганди на яку вона має впливати вважали психіку людини, а відповідно інструментами – різноманітні способи впливу на неї, зокрема впровадження чи активація певних емоцій, формування певних наративів, афектів, управління увагою. Пропаганда – це «повтор гасел, що торкалися саме інстинктів та почуттів людини [1]» та «спроба перемістити реципієнта на задану точку зору, використовуючи прості образи і гасла, що спрощують думку, та граючи на забобонах та емоціях [21]». В цьому руслі пропаганду також розглядали Л. Фараго [3, с. 670-672], М. Джановіц [8, с. 609-611], Р. Врайт [20, с. 17-25]. На сучасному етапі цей підхід розвиває С. Макдоналд [12] та В. Д. Соловей з його концепцією психологічної війни [33].

Представники культурологічного підходу до пропаганди одним з найдієвіших її інструментів вважають такі феномени як міфи, образи, символи завдяки формування яких здійснюється формування необхідної для ретрансляторів пропаганди картини світу. Найбільш яскравими сучасними представниками цього напрямку є Ш. Росс [14] та Дж. Стенлі [17].

Представники комунікативного підходу до сприйняття пропаганди, виходили з того, що її основою є різні форми комунікації, а засобами – різні форми повідомлення. Започаткований Е. Бернейсом [22], комунікативний підхід до пропаганди почав свій злет з публікації Г. Ласвелом в 1948 році його роботи, в якій він розробив п'яти ступінчасту схему комунікації [10, с. 31-55]. В подальшому його ідеї знайшли розвиток у роботах

таких вчених як К. Ховленд, з його дослідженнями впливу фільмів і ЗМІ на переконання глядачів і мас [15], Пола Разарсфельда, з його висновками про те, що суспільство це об'єкт інформаційного впливу, а засоби масової комунікації поширюють смисли, думки і оціночні судження, що ретранслюються лідерами громадської думки [11] та У Ліпмана з його висновками про те, що стереотипи підміняють у суспільній свідомості політичну реальність, а роль засобів масової інформації, які здійснюють комунікацію з представниками суспільства, є визначальною для формування таких стереотипів [28].

Представники технологічного сприйняття пропаганди розглядали її як сукупність різного роду технік і технологій. Напевне цей підхід започаткований будівельниками і поборниками Третього Рейху і був викладений в роботах таких його представників як Адольф Гітлер, який виклав свої бачення державного управління в роботі «Моя боротьба [23]», Альфред Розенберг [32] та Йозеф Гебельс [4, 5, 6]. Практично весь технологічний інструментарій, що використовувався в нацистській Германії був досліджений [24] і проаналізований Інститутом пропагандистської інформації [19].

Свій розвиток технологічний підхід знайшов у роботах таких вчених як О. Хакслі який виділив такі основні технології пропаганди як повторювання, замовчування і раціоналізація [7], Ж. Еллюль з його акцентом на формуванні настанов на певні дії, вигідну для пропагандиста участь через набір умовних рефлексів на стадії субпропаганди з наступною їх активізацією на стадії активної пропаганди [2], які сьогодні активно використовуються в рекламній і релігійній сферах.

Як бачимо з усього вище викладеного, пропаганда має досить складну природу та інструментарій і лише усвідомлення аргументів всіх виділених вище підходів до пропаганди дає можливість досягнути цей феномен. В той же час, в найбільш узагальненому вигляді пропаганда представляє собою концепт, що об'єктивується у системі діяльності, яка направлена на розповсюдження знань, цінностей, інформації з метою формування певних поглядів, уявлень, емоційних станів та впливу на поведінку людей. Така діяльність включає в себе всі можливі інструменти, способи та засоби донесення інформації використання яких допомагає досягти цілей ретранслятора пропаганди. При цьому пропаганда, як системна діяльність значно відрізняється від інформаційних повідомлень за обсягом аудиторії, часом реалізації, кінцевою метою, якістю достовірності відомостей, кількістю носіїв, і може мати надзвичайно руйнівні наслідки для держави і суспільства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Chakotin S. The rape of the masses; the psychology of totalitarian political propaganda, by

- Serge Chakotin; translated by E.W.Dickes. – New York, Alliance Book Corporation, 1940. X, 310 p.
2. Ellul J. Propaganda: The Formation of Men's Attitudes / Jacques Ellul. New York: Vintage Books, 1973. XXII, 320 p.
 3. Farago, L. Black propaganda: its techniques and requirements» // Daugherty, W. and Janowitz, M. (eds) A Psychological Warfare Casebook, Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1958. P. 670–672.
 4. Goebbels J. The Goebbels diaries, 1939-1941 / translated and edited by Fred Taylor. New York: Putnam, 1983, XIII, 490 p.
 5. Goebbels J. The Goebbels diaries, 1942-1943. Edited, translated, and with an introd. by Louis P. Lochner. Westport, Conn., Greenwood Press, 1970. IX, 566 p.
 6. Goebbels J. The Goebbels diaries, the last days / edited, introduced and annotated by Hugh Trevor-Roper ; translated from the German by Richard Barry. London: Secker & Warburg, 1978. XLI, 368 p.
 7. Huxley A. Propaganda in a democratic society / Aldous Huxley // Christenson, R. M. (ed.). Voice of the people; readings in public opinion and propaganda [by] Reo M. Christenson [and] Robert O. McWilliams. New York, McGraw-Hill, 1962. P.344–348.
 8. Janowitz, M. Language idiom and accent in psychological warfare // Daugherty, W. and Janowitz, M. (eds) A Psychological Warfare Casebook, Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1958. P.609–611.
 9. Klanfer J. Democracy and propaganda // The Sociological Review. 1939. Volume a31. Issue 4. P. 345–452.
 10. Lasswell H.D. The structure and function of communication in society // The Communication of Ideas / Ed. by L Bryson N.Y, 1948. P. 37–51.
 11. Lazarsfeld P. The people's choice; how the voter makes up his mind in a presidential campaign, by Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson, and Hazel Gaudet. 3rd ed New York, Columbia University Press, 1968. XLV, 178 p.
 12. Macdonald S. Propaganda and information warfare in the twenty-first century: altered images and deception operations / Scot Macdonald. London; New York: Routledge, 2007. XI, 204 p.
 13. Peter Guilday. The Sacred Congregation de Propaganda Fide (1622-1922). The Catholic Historical Review. Vol. 6, No. 4 (Jan., 1921), pp. 478-494 (17 pages). URL: www.jstor.org/stable/25011717?seq=1#metadata_info_tab_contents.
 14. Ross Sh.T. Understanding Propaganda: The Epistemic Merit Model and Its Application to Art / Sheryl Tuttle Ross // Journal of Aesthetic Education. 2002. Vol. 36. No. 1. P. 16-30 (24 p.).

15. Schramm W. Carl Hovland: Experiments, attitudes, and communication / Wilbur Schramm // The beginnings of communication study in America: A personal memoir by Wilbur Schramm / ed.: S. H. Chaffee, Everett M. Rogers. London, 1997. P. 87–105.
16. Schwerin U. Die Aufrufe der Päpste zur Befreiung des Heiligen Landes von der Anfängen bis zum Ausgang Innozenz IV. Ein Betrag zur Geschichte der kurialen Kreuzzugs propaganda und der päpstlichen Epistolographie. Berlin, 1937.
17. Stanley J. How propaganda works / Jason Stanley. Princeton, New Jersey: Oxford: Princeton University Press, 2015. XX, 353 p (51-52 p.).
18. Taylor Ph. M. Munitions of the mind: A history of propaganda from the ancient world to the present era / Ph.M.Taylor. – 3rd ed. – Manchester; New York: Manchester University Press, 2003. P. 6 (344 p.). URL: <https://cryptome.org/2013/01/aaron-swartz/Mind-Munitions.pdf> (дата звернення: 30.07.2019)
19. The fine art of propaganda; a study of Father Coughlin's speeches / Alfred McClung Lee, Elizabeth Briant Lee (eds.); Institute for Propaganda Analysis. New York: Harcourt, Brace and Co, 1939. XI, 140 p.
20. White, R. Resistance to international propaganda // Daugherty, W. and Janowitz, M. (eds) A Psychological Warfare Casebook, Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1958. P.617–625.
21. Аронсон Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление / Э.Аронсон, Э.Р.Пратканис. Перераб. изд. СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2003. 384 с.
22. Бернейс Э. Пропаганда. И-во: Карьера-Пресс. 2015. 176 с.
23. Гитлер А. Моя борьба. X: ООО «Свитовид», 2003. 704 с.
24. Гогун А. Черный PR Адольфа Гитлера. СССР в зеркале нацистской пропаганды / Сост. А. Гогун. Изд. 2-е, испр. и доп. К.: «К.І.С.». 2016. 424 с.
25. Дворецкий И. X. Латинско-русский словарь . Около 50 000 слов / изд. 2-е, переработ. и доп. М.: Русский язык, 1976.
26. Ленин В. И. Письмо к товарищу о наших организационных задачах. 1902 г. // Полн. собр. соч. Т. 7. С. 12–15.
27. Ленин В. И. Тезисы об основных задачах Второго конгресса Коммунистического Интернационала. 1920 г. // Полн. собр. соч. Т. 41. С. 192.
28. Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчуновой. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.
29. Павлов Д.М. Теоретико-методологічні виміри політичної пропаганди: дис. ... д.п.н.: 23.00.01. Дніпропетровський національний університет ім. Олеся Гончара. Дніпро. 2018. С. 39 (480).

30. Почепцов Г. Г. Як ведуться таємні війни. Психологічні операції в сучасному світі. Рівне: ППФ «Волинські обереги», 1999. 304 с.
31. Речь папы Урбана II на Клермонском Соборе. URL: history.wikireading.ru/162092.
32. Розенберг А. Миф XX века. X: ООО «Свитовид», 2003. 512 с.
33. Соловей В. Д. Абсолютное оружие. Основы психологической войны и медиаманипулирования. Москва: Издательство «Э», 2016. 320 с.

КОЛІЗІЯ КОНСТИТУЦІЙНИХ ТА ПІДЗАКОННИХ НОРМ В УМОВАХ КАРАНТИНУ

Волочай Ю. В.

*Студентка IV курсу ННІ права
Сумського державного університету*

Науковий керівник: Сухonos В. В.

*д. ю. н., професор, завідувач кафедри КППІДП ННІ права
Сумського державного університету*

Відповідно до ситуації у світі і країні, тема, яка стосується карантину, є дійсно актуальною. Тему її, звісно, зараз обговорюють дуже активно, як в суспільстві, так і на політичному рівні. Саме тому було б доречним дослідити співставлення законодавчих актів, щодо встановлення карантину в Україні та мір протидії поширення на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19 з моделлю демократичної країни.

Як відомо, Кабінет Міністрів України зараз видає безліч розпоряджень, щодо ситуації в країні. Звісно, всі законодавчі акти приймаються для запобігання поширенню COVID-19, але, на нашу думку, є окремі положення, які все ж таки йдуть всупереч демократичної моделі країни та Конституції України.

Варто зазначити саме ті пункти в розпорядженнях і постановах Кабінету Міністрів України, щодо яких є найбільше сумнівів, а саме: Постанова Кабінету Міністрів України № 211 від 11 березня 2020 року та Постанова Кабінету Міністрів України № 255 від 2 квітня 2020 року зі змінами до постанови № 211. До таких положень, зокрема, належать:

відвідування парків, скверів, зон відпочинку, лісопаркових та прибережних зон, крім виходу домашніх тварин однією особою та в разі службової необхідності;

заборона громадянам віком від 60 років перебувати на вулиці;

відміна транспортного сполучення, як залізничного так і в автобусах [1].

Особливого резонансу набув пункт щодо людей похилого віку, оскільки пряма заборона та обмеження руху громадян є порушенням конституційних норм, і, взагалі, є недемократичним. Також Кабінет Міністрів надав пояснення щодо пункту про