

DOI: 10.33270/02242802.70  
УДК 340.12

## Пропаганда як форма впливу на розсуд суб'єктів правозастосування під час здійснення ними дискреційних повноважень

**ВАНДЖУРАК Роман,**

доктор філософії в галузі права, докторант Національної академії внутрішніх справ м. Київ, Україна

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8474-2276>

**Анотація.** Дослідження присвячено пропаганді як формі впливу на розсуд суб'єктів правозастосування під час здійснення ними дискреційних повноважень. Завдяки вивченню різних джерел і реальних історичних фактів встановлено, що людство завжди шукало способи впливати на свідомість інших людей для реалізації певних завдань. Одним з таких методів було поширення в будь-який спосіб «потрібної» інформації задля формування в населення необхідних поглядів чи уявлень. Згодом цей метод назвали пропагандою. З появою медіа, передусім у мережі Інтернет, пропаганда стала зброєю для формування в суспільстві певних поглядів і переконань. Оскільки суб'єкти правозастосування є учасниками суспільних відносин, вони так само можуть бути об'єктом пропагандистської діяльності. У проведеному дослідженні вперше аргументовано вплив пропаганди на розсуд суб'єктів правозастосування під час здійснення ними дискреційних повноважень, на прикладі засвідчено, що такий вплив може мати негативні наслідки для правозахисної сфери загалом і конкретної справи зокрема. За допомогою методу порівняння наочно продемонстровано дію пропаганди в часі та просторі на прикладі реальних історичних фактів, на підставі методу дедуктивно-логічного аналізу сформовано висновок, що пропаганда може позначатися на внутрішньому переконанні суб'єктів правозастосування, а отже, й на їхньому розсуді під час здійснення ними дискреційних повноважень, тобто фактично на результаті розгляду справи. У цьому дослідженні вперше висловлено гіпотезу, що пропаганда не обов'язково має бути ворожою, а може бути задіяна й у вигляді внутрішніх маніпуляцій з масовою свідомістю громадян. Обґрунтовано, що порушені питання є актуальними й потребують подальших дискусій, а запропоновані способи нівелювання висловлених у дослідженні побоювань мають і неабияку практичну значущість.

**Ключові слова:** пропаганда; внутрішнє переконання; розсуд; суб'єкти прийняття процесуальних рішень; філософія права.

---

### Історія статті:

Отримано: 31.07.2024

Переглянуто: 28.08.2024

Прийнято: 30.09.2024

### Рекомендоване посилання:

Ванджурак Р. Пропаганда як форма впливу на розсуд суб'єктів правозастосування під час здійснення ними дискреційних повноважень. *Філософські та методологічні проблеми права*. 2024. № 2 (28). С. 70–79. doi: 10.33270/02242802.70.

\*Відповідальний автор

© Ванджурак Р., 2024

## Вступ

Попри трагічні реалії сьогодення, нашій країні вкрай важливо не зійти з рейок євроінтеграційних процесів і продовжувати будувати європейську правову державну в парадигмі визнання та дії задекларованого в Конституції принципу верховенства права.

Усупереч твердженню Цицерона: «Коли гримить зброя, закони мовчать», – наше суспільство все-таки покладає надії на державні інституції, що призначені забезпечувати дотримання їхніх конституційних прав і свобод, сподіваючись, що їхні права навіть у цей час залишаться непорушеними, а інтереси захищеними.

Утім сьогоднішні війни ведуть не лише на місці зіткнення військ, а й на інформаційному полі, де чи не найважливішу роль відіграє пропаганда, мета якої – не лише дезорієнтувати населення, а й негативно вплинути на роботу правозахисних інститутів держави, зокрема осіб, які на основі свого внутрішнього переконання уповноважені ухвалювати процесуальні рішення (упроваджувати право), тобто суб'єктів правозастосування<sup>1</sup>.

Попри те, що пропаганда вже давно має негативну конотацію, а боротьба з нею триває на всіх рівнях, нині питання пропаганди постає надзвичайно гостро. Оскільки суб'єкти правозастосування є також учасниками суспільних відносин поруч з іншими громадянами, пропаганда може значно сильніше впливати на їхні дискреційні рішення та призвести до непоправних наслідків для функціонування в нашій державі принципу верховенства права.

Тому мета цієї статті – висвітлити поняття пропаганди в історичній ретроспективі й сучасному стані та з'ясувати можливість впливу пропаганди на розсуд суб'єктів правозастосування під час здійснення ними дискреційних повноважень.

## Матеріали та методи

Окреслюючи межі дослідження та визначаючи обсяг напрацювань за темою, з одного боку, прослідковуємо широкий масив інформації з порушеної проблематики (здебільшого із соціологічної та політологічної позицій), натомість досліджень цього явища із філософсько-правового погляду обмаль, а публікацій про вплив пропаганди на розсуд суб'єктів правозастосування взагалі не виявлено.

<sup>1</sup> Оскільки коло осіб, наділених дискреційними повноваженнями, доволі широке й охоплено їх усіх у цьому дослідженні неможливо й навряд чи доцільно, суб'єктами прийняття процесуальних рішень (суб'єктами правозастосування) слід вважати посадових осіб з дискреційними повноваженнями в судових і правоохоронних органах України.

Водночас помилковим буде твердження, що пропаганда не була об'єктом зацікавлення філософів і предметом філософського дискурсу. Утім обмежитися напрацюваннями лише з ракурсу філософської методології неправильно, позаяк таке дослідження, з одного боку, буде неповним, а з іншого – дослідники-філософи не нехтували працями науковців-соціологів.

За допомогою методів аналізу, синтезу й узагальнення було опрацьовано низку історичних довідок, відомих історичних праць і сучасних досліджень іноземних та українських авторів, на основі чого встановлено, що за допомогою пропаганди люди завжди прагнули впливати на свідомість інших з метою досягнення певних завдань.

Оскільки фарватером цього дослідження є спроба довести, що за допомогою пропаганди можна впливати й на внутрішнє переконання суб'єктів правозастосування під час здійснення ними дискреційних повноважень, будемо звертатися до історичних довідок і поняттєвого апарату пропаганди за необхідності. Попри це, основну увагу в дослідженні зосереджено на висвітленні поняття пропаганди в історичній ретроспективі, позаяк для кращого усвідомлення певного об'єкта дослідження необхідно проілюструвати його генезу в контексті конкретного історичного періоду чи особи (політика, ученого).

Зіставляючи сьогодення з фактами минулого, за допомогою методу порівняння було здійснено спробу наочно продемонструвати дію пропаганди в різні часи й віднайти їхні спільні риси, а за допомогою методів аналізу й синтезу сформовано висновок, що пропаганда є дієвим інструментом впливу на масову свідомість упродовж тривалого часу (хоча способи її дії постійно удосконалюють, ідея залишається та сама).

Для обґрунтування результатів і формулювання висновків проведеного дослідження було використано методи дедуктивно-логічного аналізу, за допомогою яких вдалося встановити, що пропаганда здатна впливати на внутрішнє переконання суб'єктів правозастосування, а отже, і на їхні дискреційні рішення, тобто результат розгляду справи.

## Огляд літератури

Досліджуючи будь-який предмет чи явище наукового зацікавлення, вочевидь, дослідник має передусім опрацювати наявні з цієї проблематики напрацювання, серед яких завжди є найвагоміші. Керуючись такою логікою, слід виокремити працю американського соціолога та політолога Г. Лассвела «Теорія політичної пропаганди» (Lasswell, 1927), у якій автор уперше запропонував декілька теорій пропаганди, що здатні аналізувати мас-медіа та їх вплив на суспільство, назвавши пропаганду «управлінням

колективними установками», а також видання Е. Бернейса «Пропаганда» (Berneis, 2022), у якій автор без жодного сумніву заявив, що «пропаганда пронизує все наше життя та змінює нашу картину світу».

Крім цього, В. Бідл виокремив чотири правила пропаганди: не дискутувати, а впливати на емоції; формувати чіткий розподіл на «ми» і «вони»; працювати з групами й індивідами й максимально приховувати пропагандиста (Palley, 2004); Г. Лебон зауважив, що суспільство, яке зазнає маніпулятивного впливу, перестає мислити раціонально, тож швидше повірить у брехню, аніж у правду (Lebon, 2020); З. Земан розглядає три види пропаганди: білу, сіру та чорну (Zeman, 1964). Також не можна оминати увагою напрацювання за темою таких сучасних зарубіжних учених, як Ж. Елльюль (1973), Ж. Бодріяр (2004), С. Охс (2020), М. Ганич (2023), Г. Смекаль (2023), Я. Бенак (2023), Е. Менсах (2023), Я. Лю (2023), дослідження яких мають вагомий вплив для вивчення пропаганди.

Активною в цьому напрямі є діяльність старшого віцепрезидента Центру аналізу європейської політики СЕРА<sup>1</sup> Е. Лукаса та британського журналіста й письменника українського походження П. Померанцева (2016).

Серед українських дослідників пропаганди передусім слід зауважити про праці Г. Почепцова (2022) з вивчення масової свідомості, які зводяться до того, що масова свідомість не спроможна відрізнити реальне від вигаданого. Пропаганда як об'єкт наукового пізнання цікавила Д. Павлова (2015), О. Зозулю (2019), О. Радутного (2020), О. Юркову (2021), Л. Смолу (2021), Н. Васильєву (2022), Г. Лавриненко (2022), М. Примуша (2022), С. Прокопенко (2022), М. Остапенко (2023), Л. Тютюнник (2023), Н. Анікіну (2024) та ін.

З огляду на сферу взаємодії та обсяг пропагандистських можливостей, перелік учених можна б було продовжувати й далі, але в контексті цього дослідження обмежимося тільки зазначеними науковцями, не стверджуючи, що лише вони зробили вагомий внесок у дослідження пропаганди.

## Результати й обговорення

Протягом життя людина шукає відповіді на актуальні для неї запитання, зрідка замислюючись, чи не придумав хтось цю відповідь задовго до того, як сформувався запитання, і чи власне

<sup>1</sup> Центр аналізу європейської політики СЕРА. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/17669/2016-10-20-rekomendatsii-z-protidii-propagandi-taktichni-strategichni-dovgostrokovyi-tsentri-analizu-evropeiskoi-politiki-sera/>.

це питання не сформульовано так, щоб відповідь на нього була саме такою.

На думку австро-американського «піонера» в галузі зв'язків з громадськістю та пропаганди Е. Бернейса (2022), «нами керують, нашу свідомість програмують, наші смаки нав'язують, наші ідеї нам пропонують – і все це роблять переважно люди, про яких ми ніколи й не чули».

Таку позицію можна поділяти або ні, але визнаний спеціаліст у галузі зв'язків з громадськістю стверджував, «що загальна грамотність надана людині не її розумом, а формується на основі набору штампів, змащених фарбою з рекламних слоганів, газет, опублікованих наукових фактів та історичних відомостей» (Berneis, 2022).

Нині складно усвідомити, що пересічна людина висловлює власні переконання щодо певних процесів (Pavlov, 2015), передусім політичних, позаяк, імовірно, її думки компоновані тими, кому ця людина довіряє, хто для неї є авторитетом (Tutiunnyk, 2023).

Ще виразніше це прослідковується, коли йдеться про масову свідомість, оскільки, на думку Е. Бернейса, у мільйонів людей однаковий набір штампів, і якщо на ці мільйони впливати одним і тим самим стимулом, відгук вийде теж однаковим (Berneis, 2022).

Але якщо формуванням чи зміною громадської думки колись опікувався вождь племені, правитель чи релігійний лідер, що самостійно визначав або змінював перехід історії (Liu, 2023), то нині його нащадкам, які посідають уже певне становище та мають владу, задля схвалення своїх дій необхідно заручитися підтримкою громадськості, і для цього потрібен певний інструмент (Hanuch, Smekal, & Benák, 2023).

Одним із таких інструментів впливу на масову свідомість уже протягом століть є пропаганда.

### І. Поняття пропаганди: від минулого до сьогодення

Пропаганда є доволі складним явищем, оскільки постійно змінюється й доповнюється новими способами впливу. Більшість дослідників вважають цілком слушним словникове визначення пропаганди як виду соціальної діяльності, функцією якої є поширення інформації (переконань, знань, ідей, цінностей) з метою формування в людей певних емоційних станів, поглядів, уявлень, задля впливу на їхні свідомість і поведінку (Troian, 2024).

Пропаганда насамперед вражає людину через емоції, такі як страх, надія, гнів, розчарування, співчуття тощо, оскільки мозок кожної людини налаштований сприймати забарвлену емоціями інформацію значно гостріше, ніж сухі факти (Korb, 2015). Мозок людини фізіологічно спроектований так, що працює в постійному режимі енергозбереження (Swaab, 2017), тож

неохоче береться за перевірку будь-якої інформації, передусім тієї, яка, на перший погляд, видається очевидною чи зрозумілою.

«Полею бою» пропаганди є всі сфери людської життєдіяльності, де людина може отримати бодай якусь інформацію (фільм, художня книжка, плакат чи рекламна брошура) (Anikina, 2024). Пропагандистські слогани можуть міститися навіть на предметах щоденного вжитку чи засобах індивідуального захисту (з особистих спостережень автора).

Пропаганда з однаковим успіхом може як поставити під сумнів легітимність опонента та його поглядів, так і виправдати будь-які дії лобійованої особи. Тому не дивно, що пропагандистські методи часто застосовують перед виборами, зокрема ті кандидати, які мають власні медіа.

Основна відмінність між пропагандистською інформацією та реальними фактами полягає в тому, що перша завжди має якусь конкретну мету. Індикатором правдивості інформації може бути запропонована американським політологом Г. Лассвелом модель виявлення пропаганди у вигляді запитань: «хто говорить?»; «що говорить?»; «кому говорить?»; «з яким наміром?»; «у якій ситуації?»; «застосовуючи яку стратегію?» та «з яким ефектом?» (Makukh-Fedorkova, 2016).

Попри те, що притаманні пропаганді ознаки ми знаходимо впродовж усього розвитку людства (навіть у Зведенні законів Хаммурапі), термін «пропаганда» виник лише 1622 року у Ватикані, де для активної протидії реформації Папа Римський Григорій XV створив конгрегацію поширення віри, яка мала скорочену назву «Пропаганда», основною метою її було поширення католицької віри серед іновірців (Anikina, 2024).

Утім ще задовго до цього Макіавеллі у праці «Державець», яка вийшла друком 1532 року, вказував, що сила часто спирається на громадську думку, натомість громадська думка залежить від пропаганди, завдяки якій можна здаватися добродішнішим, ніж суперник (Machiavelli, 2019).

У цьому контексті часто згадують Наполеона, який активно пропагував власний імідж, часто перебільшуючи свої здобутки й нівелиючи невдачі. Для цього французький імператор використовував усі доступні на той час засоби, такі як живопис, скульптуру, театр тощо. Було заборонено навіть ставити вистави, що містили антинаполеонівський зміст, і заохочували спектаклі, що містили сцени возвеличення Бонапарта (Tiutiunnyk, 2023).

Пропаганда у своєму споконвічному значенні була цілком легітимним видом діяльності, якщо зауважити, що будь-яка спільнота повинна мати певні переконання та письмово або усно ознайомлювати з ними оточення, тобто займатися саме пропагандою. Пропаганда може рекламувати здоровий спосіб життя, науку, спорт, культуру (Troian, 2024). Вона стає злом і заслугове осуду лише тоді, коли її автори умисно

й свідомо поширюють брехню задля певного блага, тобто, влучно зауважив В. Войтенко, «пропаганда – це сокира, якою можна і витесати хрест і зарубати матір» (Semenii, 2022).

Та, на жаль, людство більше тяжіє до застосування пропаганди в негативному її вияві. Одним з яскравих прикладів цього є діяльність фашистської Німеччини, де рейхміністр народної освіти та пропаганди, ідеолог фашизму Й. Геббельс стверджував, що пропаганда – це не мета, а засіб досягнення політичної мети й один з його постулатів твердив, що «брехня, яку повторили тисячу разів, стає правдою» (Prokopenko, 2022), водночас А. Гітлер у своїй книжці «Майн Кампф» стверджував, що «чим жахливіша брехня, тим охочіше в неї вірять» (Prokopenko, 2022).

Не дарма Л. Фрезер зазначав, що пропаганда – це мистецтво змусити людей вчиняти те, чого вони ніколи не вчинили б, якби знали повну інформацію щодо певного факту (Tiutiunnyk, 2023). Політолог пов'язував пропаганду із застосуванням навіювання та переконування, що її (пропаганди) щупальця здатні проникати в найглибші комірки людської свідомості та змінювали траєкторію розвитку країн, лобіюючи політичні й економічні інтереси, зумовлюючи державні перевороти, перерозподіл світу (Zozulia, 2019).

Важливе значення пропаганда має в часи війни, оскільки є потужною зброєю з впливом на інформаційно-психологічний стан ворога й підняття духу своїх військових і цивільного населення (Kuzmuk, & Liubchuk, 2022).

Ще в VI–V ст. до н.е. в праці «Мистецтво війни» китайський мислитель Сунь-Цзи стверджував про необхідність у застосуванні психологічної війни, зокрема радив не руйнувати, а захоплювати серця та помисли людей, нищити все хороше, що є в країні супротивника, знецінювати всі традиції ворога тощо (Sun Tzu, 2014).

У давніх Єгипті, Греції та Римі тогочасні політичні діячі й воєначальники знали, що ослабити моральний дух і бойовий потенціал ворога можна було, застосовуючи маніпулятивні засоби, що впливають на свідомість, думку суспільства й поведінку цивільного населення та військових (Kurban, 2016), одночасно такими самим методами возвеличувати могутність своєї армії чи окремих персон.

Проте інформаційна війна давно вийшла за межі воєнних конфліктів, її ведуть як у воєнний, так і в мирний час з враженням всіх верств населення, передусім у наш час, коли основна зброя пропаганди – інформація, як ніколи раніше, перебуває в zenіті своєї слави, позаяк ще століття тому, щоб її донести до пересічного громадянина, потрібний був доволі тривалий час, то наразі інформація за лічені секунди потрапляє в будь-яку частину країни й навіть світу (Vandzhurak, 2023).

Пропаганда є доволі розмитим поняттям, від чого є ще підступнішою та небезпечнішою, позаяк нею може бути вражений практично кожен, навіть не усвідомлюючи цього, чи ще гірше – стати провідником такої інформації, навіть не замислюючись, що ця інформація є брехнею або ж навмисно скомпонованою кимось «правдою». Отже, треба визнати, що всюди, де є будь-яке джерело інформації, кожна людина як споживач цієї інформації ризикує бути жертвою пропаганди, натомість суспільство, попри відкрите оголошення війни пропаганді, не здатне цілком убезпечитися від її (пропаганди) дій. Щоправда, щороку про її згубний вплив дедалі частіше говорять відверто.

Ще в листопаді 2016 року Європейський парламент прийняв Резолюцію «Стратегічні комунікації Європейського Союзу як протидія пропаганді третіх сторін»<sup>1</sup>, згадуваний вище Центр аналізу європейської політики (CEPA) розробив Рекомендації з протидії пропаганді, Рада національної безпеки і оборони України ухвалила рішення від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України»<sup>2</sup>, Президент України своїм Указом від 28 грудня 2021 року № 685/2021 затвердив рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року «Про Стратегію інформаційної безпеки»<sup>3</sup>, Міністр закордонних справ України Д. Кулеба написав книжку «Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот» (Kuleba, 2022), а перший заступник Голови Держкомтелерадіо Б. Червак 29 листопада 2023 року на міжвідомчому круглому столі «Поширення дезінформації як загроза національній безпеці: пошук ефективних засобів протидії» зазначив, що питання протидії ворожій пропаганді є питанням виживання нашої держави (Chervak, 2023).

## II. Пропаганда й розсуд суб'єктів правозастосування

Суб'єкти правозастосування, які уповноважені на основі свого внутрішнього переконання застосувати право, є громадянами й учасниками тих самих суспільних процесів, а на переконання А. Барака, інтегрованість суб'єкта правозастосування в суспільні процеси знаходить своє вираження в його рішеннях (Barak, 2022). Тож очевидно, що суб'єкти правозастосування, а отже,

<sup>1</sup> Resolution on EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties (2016/2030(INI)).

<sup>2</sup> Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України»: Указ Президента України від 25 лют. 2017 р. № 47/2017. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017>.

<sup>3</sup> Стратегія інформаційної безпеки: Указ Президента України від 28 груд. 2021 р. № 685/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/685/2021#n7>.

і їхні рішення є об'єктами пропагандистських завдань, позаяк завжди є ймовірність, що цей суб'єкт, «інфікований» пропагандистським «вірусом», довіряючи правдивості розповсюдженої пропагандою інформації та сформувавши на її основі певне внутрішнє переконання (Vandzhurak, 2023), вирішить справу з потрібним пропагандисту результатом.

Такі твердження є спроможними ще й тому, що процесуальне право сучасних країн припускає практично необмежений діапазон суб'єктивної свободи під час прийняття процесуальних рішень (передусім суд), тобто наділені повноваженнями оцінювати на підставі свого внутрішнього переконання документи, речі, показання свідків з погляду їх допустимості, достовірності й достатності, надаючи їм статус доказів, після чого на підставі тих самих доказів ухвалювати остаточне рішення в справі, керуючись знову ж таки внутрішнім переконанням, одночасно кваліфікуючи ці докази як достатні чи недостатні на власний розсуд (Vandzhurak, 2023).

Розвиток інформаційного суспільства мало не щодня демонструє неабиякий креатив (Kushakova-Kostytska, 2019) задля впливу на масову свідомість, і таких методів пропаганди є безліч (Troian, 2024), переважна більшість яких доволі сильно завуальована, натомість внутрішнє переконання суб'єктів правозастосування формується, крім аналізу доказів, матеріалів справи, норм права, релевантної практики, також і життєвим досвідом, особистими рисами та психологічними особливостями суб'єкта правозастосування і низкою зовнішніх факторів (Vandzhurak, 2023), таких як ситуація в країні та світі, настрої (громадську думку), що панують у суспільстві, тощо.

Звісно, правозастосовні інституції влади не визнають будь-який вплив на їх незалежність і, вочевидь, заперечать навіть натяк на можливість пропаганди впливати на їх рішення. Суб'єкти правозастосування не відокремлені від суспільства, добираючи одяг, теж наслідують тенденції моди, що своєю чергою, на думку Е. Бернейса, є також певною пропагандою (Berneis, 2022). На переконання останнього, купуючи костюм, чоловік вважає, що зробив вибір самостійно, керуючись власним смаком, особистими вподобаннями, що він обрав саме той одяг, який він вважає кращим, але насправді він, імовірно, підкоряється кравцю з Лондона, що пропонує британській знаті блакитну тканину замість сірої, два ґудзики замість трьох, рукава на чверть дюйма вужчі, ніж у минулому сезоні, і якщо ця знать схвалить таку ідею, такий костюм одягнуть знаменитості, а згодом й усі інші громадяни, які наслідують приклад знаменитостей, не бажаючи відставати від тенденцій моди.

Цей приклад наведено для того, щоб наочно продемонструвати, як може діяти пропаганда на людину, яка, і гадки не маючи, робить певний

вибір за одягом, вважаючи його особистим рішенням, а насправді до такого рішення його підштовхнула невидима рука кравця з Лондона.

Правозастосовна сфера щодня прагне відновити (примножити) довіру з боку суспільства до їх діяльності, а це є свідченням того, що в суспільстві побутує громадська думка, яка мусить мати вплив на ухвалення цими інституціями своїх рішень. Водночас мало хто заперечує, що громадська думка не завжди є реальним ретранслятором суспільних настроїв і вона може бути «корегована» (Vandzhurak, 2024).

Слід також зазначити, що пропаганда не обов'язково має бути з боку ворожої країни, а й цілком внутрішнього походження. Щоб ці твердження не мали ознак теоретично-апріорного характеру, можна розглянути деякі історичні факти й провести паралелі сьогодення.

Зокрема, 1 грудня 1934 року за ініціативою Й. Сталіна Центральний виконавчий комітет і Рада народних комісарів СРСР прийняли постанову, де вперше для слідчих органів встановлювали порядок пришвидшеного розгляду кримінальних справ, а судові органи застерігали від зволікання з виконанням вироків, натомість другу називали «Про внесення змін у чинні кримінальні-процесуальні кодекси союзних республік», у якій серед іншого запроваджено: завершувати слідство протягом десяти днів; вручати обвинувальні висновки за добу до розгляду справи в суді; слухати справи без участі сторін тощо. Такий елемент правового нігілізму обґрунтовували необхідністю боротьби з «ворогами» на засадах «заялювання як могутнього засобу політики» за принципами політичної доцільності й правосвідомості комуністів (Misinkevych, 2011).

З того часу минуло майже 90 років, але «в серпні 2022 року солдат у декільком його побратимам однієї з військових частин повідомлено про підозру в непокорі й обрано запобіжний захід у вигляді тримання під вартою з визначенням застави в розмірі 200 прожиткових мінімумів (згодом апеляційний суд зменшив до 50). Через лічені дні після вручення підозри прокурор затвердив обвинувальний акт і направив його до суду. Буквально через пару днів суд призначив підготовче засідання у справі в режимі відеоконференції, тобто без особистої участі обвинуваченого та його захисника. Попри категоричне заперечення захисту брати участь у розгляді тяжкого злочину в такому форматі, суд повторно обрав солдат у аналогічний запобіжний захід з визначенням застави в розмірі 200 прожиткових мінімумів (попри наявне рішення апеляції), а захиснику повідомив письмово, що буде порушувати питання про його дисциплінарну відповідальність. Невідомо, чим закінчився б розгляд справи в тому суді, але Верховний Суд задовольнив клопотання захисту й передав справу до іншого суду, де з першого засідання

солдату зменшено розмір застави з 200 до 20 прожиткових мінімумів, а згодом щодо нього закрито провадження у справі» (з особистого адвокатського досвіду автора).

З того часу й донині ця суддя не ухвалила жодного виправдувального вироку в схожих справах щодо військових. Це видається певним феноменом, адже якщо радянська пропаганда у вигляді «політичної доцільності» та «правосвідомості комуністів» все-таки була підкріплена страхом карального апарату СРСР і тодішні судді, можливо, навіть не погоджувались з «політикою партії», навряд чи могли йти всупереч системі, то в умовах сьогодення не йдеться про те, що суддів змушують свідомо порушувати Конституцію. На наше переконання, це можливо в разі особистого переконання в доцільності саме такої поведінки в конкретній ситуації, яке не виключно, що сформоване за допомогою пропаганди й не обов'язково ворожої, позаяк бажання використовувати свої владні повноваження для реалізації особистих світоглядних переконань може бути виплекано й національними нарративами на кшталт «суспільство чекає на реальні вироки» (Labiak, 2023) тощо.

Однак не слід зупинятися лише на об'єктивних факторах впливу на розсуд суб'єктів правозастосування, слід згадати про суб'єктивну складову пропаганди, прямі методи, передусім коли йдеться про резонансні справи, де інформаційне тло активно формується і суб'єкт правозастосування може зазнати медійного тиску, тиску громадськості, особистого цькування тощо.

Попри постійні новації з боку держави, спрямовані, зокрема, і на боротьбу з пропагандою в правозастосовній сфері (йдеться в першому блоці), видається очевидним, що боротьба з пропагандою – особиста справа кожного суб'єкта правозастосування, позаяк позитивний результат можливий лише виключно в тому випадку, коли цей суб'єкт, приймаючи певне рішення, керуватиметься з фактичних обставин справи й закону, не вдаючись до думки громадськості, суспільного інтересу чи інших зовнішніх факторів.

## Висновки

Здійснений аналіз поняття пропаганди, наукових досліджень за темою та ретроспективний аналіз становлення й еволюції цього явища дає підстави для висновку, що феномен пропаганди та її способи впливу на свідомість людини відомі здавна, а в епоху інформаційного суспільства та воєнний час вони ще дієвіші.

На підставі розглянутих історичних прикладів і теперішніх реалій видається беззаперечним, що пропаганда здатна різними способами впливати на свідомість людини, змінюючи її світогляд та переконання, задля досягнення певної мети. Не

є винятком і суб'єкти правозастосування, оскільки вони є такими самими учасниками суспільних відносин і можуть бути об'єктом дії пропаганди, передусім коли йдеться про реалізацію ними дискреційних повноважень на основі внутрішнього переконання.

Водночас питання впливу пропаганди на внутрішнє переконання суб'єктів правозастосування під час здійснення ними дискреційних повноважень взагалі не досліджували в досяжному науковому просторі, навіть нині, коли пропаганда має ще істотніші важелі впливу на

суб'єктів правозастосування, що може бути загрозою функціонування в державі принципу верховенства права.

Наразі це питання потребує детальнішого вивчення, але вже очевидно, що проблема пропаганди в контексті її впливу на суб'єктів правозастосування під час здійснення ними дискреційних повноважень наявна й у випадку бездіяльності та може мати незворотні наслідки для існування інституту правозастосування і навіть державності, яка не може функціонувати без нього.

## References

- [1] Anikina, N.B. (2024). Problem field of propaganda in modern socio-political discourse: perspectives of study under new conditions of social development. *Modern society: political sciences, sociological sciences, cultural sciences*, 1(26), 4-14. doi: <https://doi.org/10.34142/24130060.2023.26.1.01>.
- [2] Barak, A. (2022). *Judicial discretion*. Kyiv: Tsentri uchb. lit.
- [3] Berneis, E. (2022). *Propaganda*. Kyiv: Svaroh.
- [4] Bodriiar, Zh. (2004). *Simulacra and simulation*. (V. Khovkhun, Trans). Kyiv: Osnovy.
- [5] Chervak, B. *The question of countering enemy propaganda is a question of the survival of our state*. Retrieved from <https://www.kmu.gov.ua/news/pytannia-protydii-vorozhoi-propahandy-ie-pytanniam-vyzhyvannia-nashoi-derzhavy-bohdan-chervak>.
- [6] Edward, L., & Pomeranzev, P. (2016). Winning the information war: techniques and counter-strategies to Russian propaganda in Central and Eastern Europe. *Center for European Policy Analysis*, 5.
- [7] Ellul, J. (1973). *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. (K. Kellen, Trans). New York: Vintage.
- [8] Hanych, M., Smekal, H., & Benák, J. (2023). The Influence of Public Opinion and Media on Judicial Decision-Making: Elite Judges' Perceptions and Strategies. *IJCA*, doi: 10.36745/ijca.528.
- [9] Korb, A. (2015). *The Upward Spiral: Using Neuroscience to Reverse the Course of Depression, One Small Change at a Time*. New Harbinger Publications.
- [10] Kuleba, D. (2022). *Viina za realnist Yak peremahaty u sviti feikiv, pravd i spilnot* (3<sup>rd</sup>, ed.). Kyiv: Knyholav.
- [11] Kurban, O.V. (2016). History of formation and development of information warfare technologies. *Bulletin of the Book Chamber*, 4, 50-52. Retrieved from <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/17002>.
- [12] Kushakova-Kostytska, N.V. (2019). *Philosophical and legal foundations of the development of the information society in Ukraine*. In M.V. Kostytskyi (Ed.). Kyiv: Logos. Retrieved from <http://elar.naiu.kiev.ua/jspui/handle/123456789/17589>.
- [13] Kuzmuk, O.M., & Liubchuk, V.V. (2022). Propaganda as a weapon: social discourse. Baltija Publishing. doi: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-121>.
- [14] Labiak, I. (2023). *Ukrainians expressed their opinions on how corrupt people should be punished: survey results*. Retrieved from <https://tsn.ua/ukrayina/ukrayinci-vislovlis-yak-treba-karati-korupcioneriv-rezultati-opituvannya-2475688.html>.
- [15] Lasswell, H.D. (1927). The theory of political propaganda. *American Political Science Review*, 21, 627-631.
- [16] Lavrynenko, H.A., & Prymush, M.V. (2022). The role of propaganda in the conditions of hybrid warfare. In *Applied Aspects of Modern Interdisciplinary Research: International scientific and practical conference* (pp. 327-330). Vinnytsia: Don. nats. un-t im. V. Stusa.
- [17] Lebon, H. (2020). *Psykhologia mas*. Kyiv: Multymed. vyd-vo Strelbytskoho.
- [18] Liu, Ya. (2023). A Study on the Relationship between Media Supervision and Judicial Adjudication in the New Media Era. *SHS Web of Conferences*, 159. doi: 10.1051/shsconf/202315902021.
- [19] Machiavelli, N. (2019). *The ruler*. (E. Tarnavskyi, Trans). Kyiv: Folio.
- [20] Makukh-Fedorkova, I.I. (2016). Scientific study of the influence of mass media in the studies of the American political scientist Harold Lasswell. *Media forum: analytics, forecasts, information management*, 3-4, 135-146. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mfapim\\_2016\\_3-4\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mfapim_2016_3-4_14).
- [21] Mensah, Ebenezer Kojo Gyesi. (2024). *Assessing the Role of Media Influence and Public Perception in Legal Decision-Making* (April 29). doi: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4811277>.
- [22] Misinkevych, L.L. (2011). The policy of state terror in Ukraine as a method of preserving power. *University Scientific Notes*, 1, 452-462.
- [23] Ochs, S.L. (2020). *Propaganda Warfare on the International Criminal Court*. Retrieved from <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/mjil42&div=22&id=&page=>.

- [24] Ostapenko, M. (2023). Consciential warfare as an element of hybrid warfare. *Scientific journal of Mykhailo Drahomanov State University*, 22(32), 5-12. doi: 10.31392/NPU-nc.series22.2022.32.01.
- [25] Palley, C. (2004). *Beadle, Sir (Thomas) Hugh William (1905-1980), judge in Southern Rhodesia*. Oxford Dictionary of National Biography. doi: 10.1093/ref:odnb/30799.
- [26] Pavlov, D.M. (2015). H. Lasswell's Theory of Political Propaganda. *Panorama of Political Studies*, 2015, 13, 40-46.
- [27] Pocheptsov, H.H. (2022). *Toxic infospace. How to preserve clarity of thinking and freedom of action*. Kharkiv: Vivat.
- [28] Prokopenko, S. (2022). *Goebbels is an evil genius of propaganda*. Retrieved from <https://was.media/2022-06-21-gebbels-zlij-genij-propagandi>.
- [29] Radutnyi, O. (2020). The illusion and reality of information sovereignty. *Information and law*, 4(35), 22-38. doi: [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2020.4\(35\).221215](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2020.4(35).221215).
- [30] Resolution on EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties (2016/2030(INI)). (n.d.). [www.europarl.europa.eu](http://www.europarl.europa.eu). Retrieved from [http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0290\\_EN.html](http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0290_EN.html).
- [31] Russell, B. (2023). *History of Western Philosophy*. (Yu. Lisniak, P. Taraschuk, Trans). Kharkiv: Folio.
- [32] Semenii, A.O. (2022). Anti-Ukrainian propaganda in modern Russian historical cinema. *Bulletin of the student scientific society of Donetsk National University named after Vasyl Stus*, 1(14), 83-87.
- [33] Sun Tzu. (2014). *The art of war*. (H. Latnyk, Trans). Kyiv: Arii.
- [34] Swaab, D. (2017). *We are our brain*. (O. Kotsiuba, Trans). Kharkiv: Family Leisure Club.
- [35] Tiutiunyk, L. (2023). Propaganda as a means of manipulation in conditions of war. *Bulletin of the National Defense University of Ukraine*, 76(6), 184-192. doi: 10.33099/2617-6858-23-76-6-184-192.
- [36] Troian, S.S. (2024). Propaganda. *Great Ukrainian Encyclopedia*. Retrieved from <https://vue.gov.ua/Propaganda>.
- [37] Vandzhurak, R. (2023). Internal conviction of law enforcement subjects: a philosophical and legal analysis of the problem and the ancient Greek way of solving it. *Philosophical and methodological problems of law*, 2(26), 110-118. doi: 10.33270/02232602.110.
- [38] Vandzhurak, R. (2023). The influence of post-truth on judicial discretion: past, present, future. *Philosophical and methodological problems of law*, 1(25), 102-109. doi: 10.33270/01232502.102.
- [39] Vandzhurak, R. (2024). The influence of public opinion on the internal conviction of law enforcement subjects in the process of exercising discretionary powers. *Philosophical and methodological problems of law*, 1(27), 82-91. doi: 10.33270/01242702.82.
- [40] Vasylieva, N.V. (2022). Propaganda as a component of information and communication policy and a threat to national security. *Taurian Scientific Herald*, 2, 34-41. doi: 10.32851/tnv-pub.2022.2.5.
- [41] Yurkova, O., & Smola, L. (2021). Analysis of informal communications in conditions of hybrid war. *Obraz*, 2(36), 72-80. doi: 10.21272/Obraz.2021.2(36)-72-80.
- [42] Zeman, Z. (1964) *Nazi Propaganda*. London: Oxford University Press.
- [43] Zozulia, O. (2019). Fake as a tool of information warfare. *Legal newspaper*, 19(673). Retrieved from <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/feyk-yak-instrument-informaciyoi-viyini.html>.

### Список використаних джерел

- [1] Анікіна Н. Б. Проблемне поле пропаганди у сучасному соціально-політичному дискурсі: перспективи вивчення за нових умов розвитку суспільства. *Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки*. 2024. № 1 (26). С. 4–14. doi: 10.34142/24130060.2023.26.1.01.
- [2] Барак А. Суддівський розсуд. Київ : Центр учб. літ., 2022. 320 с.
- [3] Бернейс Е. Пропаганда. Київ : Сварог, 2022. 128 с.
- [4] Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція / пер. з фр. В. Ховхун. Київ : Основи, 2004. 230 с.
- [5] Червак Б. Питання протидії ворожій пропаганди є питанням виживання нашої держави. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/pytannia-protydii-vorozhoi-propahandy-ie-pytanniam-vyzhyvannia-nashoi-derzhavy-bohdan-chervak>.
- [6] Edward L., Pomeranzev P. Winning the information war: techniques and counter-strategies to Russian propaganda in Central and Eastern Europe. *Center for European Policy Analysis*. 2016. No. 5.
- [7] Ellul J. Propaganda: The Formation of Men's Attitudes / Trans. K. Kellen. New York : Vintage, 1973. 320 p.
- [8] Hanych M., Smekal H., Benák J. The Influence of Public Opinion and Media on Judicial Decision-Making: Elite Judges' Perceptions and Strategies. *IJCA*. 2023. Vol. 14. doi: 10.36745/ijca.528.
- [9] Korb A. The Upward Spiral: Using Neuroscience to Reverse the Course of Depression, One Small Change at a Time. New Harbinger Publications, 2015. 225 p.



- [10] Кулеба Д. Війна за реальність Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Вид. 3-тє, оновл. Київ : Книголав, 2022. 384 с.
- [11] Курбан О. В. Історія становлення та розвитку технологій інформаційних війн. *Вісник Книжкової палати*. 2016. № 4. С. 50–52. URL: <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/17002>.
- [12] Кушакова-Костицька Н. В. Філософсько-правові засади розвитку інформаційного суспільства в Україні : монографія / наук. ред. М. В. Костицький. Київ : Логос, 2019. 346 с. URL: <http://elar.naiu.kiev.ua/jspui/handle/123456789/17589>.
- [13] Kuzmuk O. M., Liubchuk V. V. Propaganda as a weapon: social discourse. *Baltija Publishing*. 2022. doi: 10.30525/978-9934-26-223-4-121.
- [14] Лаб'як І. Українці висловились, як треба карати корупціонерів: результати опитування. 2023. URL: <https://tsn.ua/ukrayina/ukrayinci-vislovilis-yak-treba-karati-korupcioneriv-rezultati-opituvannya-2475688.html>.
- [15] Lasswell H. D. The theory of political propaganda. *American Political Science Review*. 1927. Vol. 21. P. 627–631.
- [16] Лавриненко Г. А., Примуш М. В. Роль пропаганди в умовах гібридної війни. *Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень : Міжнародна науково-практична конференція (Вінниця, 18 листоп. 2022 р.)*. Вінниця : Дон. нац. ун-т ім. В. Стуса, 2022. С. 327–330.
- [17] Лебон Г. Психологія мас. Київ : Мультимед. вид-во Стрельбицького, 2020. 87 с.
- [18] Liu Y. A Study on the Relationship between Media Supervision and Judicial Adjudication in the New Media Era. *SHS Web of Conferences*. 2023. Vol. 159. doi: 10.1051/shsconf/202315902021.
- [19] Мак'явеллі Н. Державець / пер. з італ. Є. Тарнавський. Київ : Фоліо, 2019. 128 с.
- [20] Макух-Федоркова І. І. Наукове вивчення впливу ЗМІ в дослідженнях американського політолога Гарольда Лассвела. *Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент*. 2016. № 3–4. С. 135–146. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mfapim\\_2016\\_3-4\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mfapim_2016_3-4_14).
- [21] Mensah Ebenezer Kojo Gyesi. Assessing the Role of Media Influence and Public Perception in Legal Decision-Making (April 29, 2024). doi: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4811277>.
- [22] Місінкевич Л. Л. Політика державного терору в Україні як метод збереження влади. *Університетські наукові записки*. 2011. № 1. С. 452–462.
- [23] Ochs S. L. Propaganda Warfare on the International Criminal Court. 2020. URL: <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/mjil42&div=22&id=&page=>.
- [24] Остапенко М. Консієнтальна війна як елемент гібридної війни. *Науковий часопис Українського державного університету імені Михайла Драгоманова*. 2023. № 22 (32). С. 5–12. (Серія 22 «Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін»). doi: 10.31392/NPU-nc.series22.2022.32.01.
- [25] Palley C. Beadle, Sir (Thomas) Hugh William (1905–1980), judge in Southern Rhodesia (September 23, 2004). *Oxford Dictionary of National Biography*, 2004. doi: 10.1093/ref:odnb/30799.
- [26] Павлов Д. М. Теорія політичної пропаганди Г. Лассвеллаю. *Панорама політологічних студій*. 2015. № 13. С. 40–46.
- [27] Почепцов Г. Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дії. Харків : Віват, 2022. 384 с.
- [28] Прокопенко С. Геббельс – злий геній пропаганди. 2022. URL: <https://was.media/2022-06-21-gebbels-zlij-genij-propagandi>.
- [29] Радутний О. Ілюзія та реальність інформаційного суверенітету. *Інформація і право*. 2020. № 4 (35). С. 22–38. doi: 10.37750/2616-6798.2020.4(35).221215.
- [30] Resolution on EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties (2016/2030(INI)). URL: [http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0290\\_EN.html](http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0290_EN.html).
- [31] Рассел Б. Історія західної філософії / пер. з англ. Ю. Лісняка, П. Таращука. Харків : Фоліо, 2023. 862 с.
- [32] Семеній А. О. Антиукраїнська пропаганда в сучасному російському історичному кінематографі. *Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету імені Василя Стуса*. 2022. № 1 (14). С. 83–87.
- [33] Сунь-цзи. Мистецтво війни / пер. Г. Латника. Київ : Арій, 2014. 128 с.
- [34] Свааб Д. Ми – це наш мозок / пер. з нім. О. Коцюби. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2017. 496 с.
- [35] Тютюнник Л. Пропаганда як засіб маніпуляції в умовах війни. *Вісник Національного університету оборони України*. 2023. № 76 (6). С. 184–192. doi: 10.33099/2617-6858-23-76-6-184-192.
- [36] Троян С. С. Пропаганда. *Велика українська енциклопедія*. 2024. URL: <https://vue.gov.ua/Пропаганда>.
- [37] Ванджурак Р. Внутрішнє переконання суб'єктів правозастосування: філософсько-правовий аналіз проблеми та давньогрецький спосіб її розв'язання. *Філософські та методологічні проблеми права*. 2023. № 2 (26). С. 110–118. doi: 10.33270/02232602.110.

- [38] Ванджурак Р. Вплив постправди на суддівський розсуд: минуле, сьогодні, майбутнє. *Філософські та методологічні проблеми права*. 2023. № 1 (25). С. 102–109. doi: 10.33270/01232502.102.
- [39] Ванджурак Р. Вплив громадської думки на внутрішнє переконання суб'єктів правозастосування в процесі реалізації дискреційних повноважень. *Філософські та методологічні проблеми права*. 2024. № 1 (27). С. 82–91. doi: 10.33270/01242702.82.
- [40] Васильєва Н. В. Пропаганда як складова інформаційно-комунікативної політики і загроза національній безпеці. *Таврійський науковий вісник*. 2022. № 2. С. 34–41. (Серія «Публічне управління та адміністрування»). doi: 10.32851/tnv-pub.2022.2.5.
- [41] Юркова О., Смола Л. Аналіз неформальних комунікацій в умовах гібридної війни. *Образ*. 2021. Вип. 2 (36). С. 72–80. doi: 10.21272/Obraz.2021.2(36)-72-80.
- [42] Zeman Z. *Nazi Propaganda*. London : Oxford University Press, 1964. 226 p.
- [43] Зозуля О. Фейк як інструмент інформаційної війни. *Юридична газета*. 2019. № 19 (673). URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/feyk-yak-instrument-informaciynoi-viyini.html>.

## Propaganda as a form of Influence on the Judgment of Law Enforcement Subjects in the Exercise of their Discretionary Powers

**VANDZHURAK Roman,**

Doctor of Philosophy in the Field of Law, Doctoral Student of the National Academy of Internal Affairs

Kyiv, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8474-2276>

**Abstract.** This study is devoted to propaganda as a form of influence on the judgment of law enforcement subjects in the exercise of their discretionary powers. By studying a number of sources and real historical facts, the author established that some people have always sought to influence the consciousness of others in order to achieve certain goals, using various methods of influence. One of these forms of influence was the dissemination of "necessary" information in any way, which was later called propaganda. With the advent of mass media, and especially in the age of the Internet, propaganda has become a weapon for shaping certain views and beliefs in society. Since the subjects of law enforcement are the same people and participants in social relations, they can also be the object of propaganda goals. In the conducted study, the author for the first time at this level declares the influence of propaganda on the judgment of law enforcement subjects when exercising their discretionary powers and demonstrates with an example that such influence can have negative consequences for the human rights sphere in general and a specific case in particular. Using the method of comparison, the author clearly demonstrated the effect of propaganda in time and space on the example of real historical facts, while using the method of deductive and logical analysis, he came to the conclusion that propaganda can influence the inner conviction of law enforcement subjects, and therefore their discretion when implementing discretionary powers, i.e. actually on the outcome of the case. In this study, for the first time, the hypothesis was expressed that propaganda does not necessarily have to be hostile (as it is customary to believe), but can also be used in the form of internal manipulation of the mass consciousness of citizens. The author is convinced that the issues raised are relevant and need further discussions, and the methods proposed by him for alleviating the fears expressed in the study have considerable practical significance.

**Keywords:** propaganda; inner conviction; discretion; subjects of procedural decision-making; philosophy of law.