

УДК 343.9

Г.Н. ГОРШЕНКОВ,

доктор юридических наук, профессор

ГОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

АНТИКОРРУПЦИОННАЯ ПРОПАГАНДА: ПОНЯТИЕ И СОДЕРЖАНИЕ

В статье рассматриваются региональные особенности антикоррупционной пропаганды (деятельности средств массовой коммуникации) в регионах Российской Федерации.

Информационным средствам в противодействии коррупции придается очень большое значение. Достаточно сослаться на ст. 6. Федерального закона «О противодействии коррупции», в которой предусмотрены меры по профилактике коррупции. Перечень этих мер открывает «формирование в обществе нетерпимости к коррупционному поведению».

В Национальной стратегии и Национальном плане противодействия коррупции помимо *формирования в обществе нетерпимого отношения к коррупции* предусмотрено расширение *системы правового просвещения* населения, государственная поддержка производства, распространения и тиражирования теле- и радиопрограмм по правовому просвещению.

В региональном законодательстве информационный аспект противодействия коррупции охватывается определением «антикоррупционная пропаганда». Ее содержание, как правило, сводится к просветительской работе в обществе по вопросам противодействия коррупции в любых ее проявлениях, воспитанию у населения чувства гражданской ответственности [1]; просветительская работа в обществе по вопросам противостояния коррупции в любых ее проявлениях, укрепление доверия к власти [2]; просветительская работа в обществе по вопросам противостояния коррупции в любых ее проявлениях, воспитание в населении чувства гражданской ответственности, укрепление доверия к власти [3] и т.д., и т.п.

Наиболее конкретизировано содержание антикоррупционной пропаганды в «Паспорте Республиканской программы по реализации Стра-

тегии антикоррупционной политики Республики Татарстан на 2006–2008 годы».

К антикоррупционной пропаганде отнесены: организация публикации цикла статей и репортажей в СМИ проведение пресс-конференций, брифингов, круглых столов; проведение ежегодного журналистского конкурса на лучшее освещение вопросов борьбы с коррупцией; конкурса на разработку проектов социальной рекламы антикоррупционной направленности [4] и т.д.

Анализ определений и содержания антикоррупционной пропаганды в нормативных актах ряда регионов дает основание сделать вывод о его особом, или «региональном» понимании. Авторы словаря-справочника «Коррупция и антикоррупционная пропаганда», учитывая данное обстоятельство, определяют антикоррупционную пропаганду в двух значениях: «В региональном правовом смысле»... это есть «целенаправленная деятельность средств массовой информации по стимулированию антикоррупционного поведения в государстве (регионе) и обществе... в теоретическом общесоциальном смысле: распространение антикоррупционных идей и взглядов в обществе с целью формирования антикоррупционного мировоззрения и поведения» [5].

Как видно из приведенных определений антикоррупционной пропаганды, этим термином охватывается довольно большой круг значений: *организации и проведения* различных мероприятий информационной направленности; *функции* (распространения информации антикоррупционного характера), *цели* (формирование антикоррупционного мировоззрения и поведения). То есть антикоррупционная пропаганда представляется

как информационная деятельность соответствующей направленности.

Можно согласиться, что пропаганда – это деятельность, в основе которой положен одноименный информационный метод – пропаганды. В соответствии с его специфическими признаками разрабатывается и технология реализации, подбираются средства. В научном понимании сущность метода пропаганды есть *распространение и разъяснение правовых знаний популярными средствами*. Таким образом, *антикоррупционную пропаганду* можно определить как *популярное распространение и разъяснение правовых знаний, например, о коррупционных правонарушениях, их последствиях; вариантов правовых решений, поступков, поведения и т.д.; практики использования, исполнения, применения антикоррупционного законодательства* и т.п.

Правовой характер пропаганды сближает ее с толкованием права, юридической практики (в данном контексте, антикоррупционного содержания). Пропаганда может быть представлена как *просветительский* метод, который играет важную роль в правовом воспитании, формировании правовой культуры, что чрезвычайно важно для обеспечения правового регулирования в противодействии коррупции.

Пропаганду можно смело сравнить, как это делает Я.Н. Засурский [6], с манипулированием. Специалист в области социологии П.Д. Павленок определяет манипулирование (манипуляцию) как систему способов идеологического, социально-психологического воздействия (прежде всего с помощью СМИ) «в целях изменения мышления, поведения людей, формирования определенного образа жизни, насаждения стереотипов вопреки их интересам» [7].

При этом «определенный образ жизни» может быть представлен в качестве цели манипуляции как *правовой образ* жизни, основанный, прежде всего, на *уважительном* отношении к праву. И нет ничего предосудительного в том, чтобы «насаждать» стереотипы правомерного поведения вопреки интересам тех, кто живет по законам коррупции, преступного мира, – казнокрадов, взяточников и прочих лиц с извращенным представлением о праве.

Но уважительное отношение к праву формируется не одним лишь разъяснением правовых

норм. Убеждение в необходимости правомерного поведения нуждается в дополнительных и более действенных методах. Что толку стыдить басенного героя кота за украденного курчонка, которого он обязан был караулить от мышей. Больше того, именно долгое увещание позволило коту доест жаркое.

Немаловажно заметить, что с помощью пропаганды формируется преимущественно *пассивное* правовое поведение, то есть основанное на убеждении в необходимости следования правовым предписаниям, не переступать грань запретного, недозволенного. Такое убеждение возможно при высоком уровне правосознания и правовой культуры.

Но главной, «осевой» идеей политики, обращенной к коррупции, является формирование правового *активного* поведения людей, в частности, принятие «мер, направленных на привлечение государственных и муниципальных служащих, а также граждан к более активному участию в противодействии коррупции, на формирование в обществе негативного отношения к коррупционному поведению» (п. 3 ст. 7 Федерального закона «О противодействии коррупции») [8].

И в данном случае не обойтись без других информационных методов воздействия на сознание и волю людей. В первую очередь следует указать на метод агитации. В отличие от просветительского метода пропаганды, метод («агитация» в переводе с лат. *agitatio* означает «побуждение к чему-либо, возбуждение» [9]) – в большей мере психологический способ воздействия.

Как правило, эти методы, например, в криминологии массовых коммуникаций рассматриваются дифференцированно. Это делается в целях выявления их специфических характеристик, в которых заложены потенциальные возможности эффективного информационного воздействия. На практике же пропаганда и агитация реализуются в тесной взаимосвязи.

Это можно объяснить тем, что общим объектом массово-информационных методов воздействия является правосознание. В его структуре, как известно, условно выделяются две группы элементов, которыми определяются содержание соответствующих сфер правосознания: познавательной сфере или *правовой идеологии* и поведенческой – или *правовой психологии*.

Больше того, психологические открытия в космосе человека позволили определить еще одну группу элементов в подсознательной сфере, человеческой психоэнергии как особого энергетического измерения души и тела, наших мыслей и чувств. Рассматривая категорию правовой психологии, С.А. Комаров отмечает это ее особое свойство: «Сфера бессознательного активно вовлечена в генезис правовых представлений, участвует в формировании как правомерного (стереотипы, привычки, автоматизмы и т.д.), так и противоправного поведения» [10].

Правовая психология в отличие от правовой идеологии имеет ярко выраженную практическую направленность, является как бы побудительной силой к деятельности и представляет собой эмоционально волевое отношение, которое проявляется в правовых чувствах, общественных правонастроениях, мнениях, установках. Агитационное воздействие на поведение человека происходит преимущественно через психическую сферу его правосознания, где преобразуется состояние чувств, эмоций. В конкретных ситуациях с помощью агитации результат может быть достигнут сразу (например, побудить адресата к отказу дать взятку или сообщить об известном факте взяточничества). Но это – всего лишь эпизод, отдельный поступок, а не поведение.

Процесс превращения знаний в правовые действия, тем более, в поведения весьма длительный, многоэтапный. Например, чтобы побудить государственного и муниципального служащего уведомлять работодателя об обращениях к нему в целях склонения к совершению коррупционных правонарушений (то есть к активному правовому поведению), нужны другие средства идеологического, длительного воздействия. А на данном этапе, когда средний размер взятки чиновнику оценивается в 150 тыс. долл. (для крупного чиновника – десятки миллионов долларов; а на самом высоком уровне – сотни миллионов) [11], когда чувство и осознание выгоды коррупционного поведения подавляют мотивацию поведения правоосознанного, государство вынуждено не столько побуждать, сколько принуждать служащих и других граждан к тому, чтобы соразмерять свои поступки с правовыми предписаниями, то есть «там речей не тратить по-пустому, где нужно власть употребить». Но это уже другая тема.

Рассуждая о важнейших информационных методах и едином объекте антикоррупционного воздействия, следует указать и на единую конечную цель *правовой* агитации и *правовой* пропаганды (термины давно введены в оборот [12]), которая во многом обуславливает их тесную взаимосвязь. Речь идет о формировании правосознания и правовой культуры граждан, на этой основе соответствующего, правоосознанного поведения относительно коррупции. В достижении этой общей цели пропаганда и агитация проявляют свои имманентные свойства. Например, в формировании мировоззренческой сферы правосознания доминирует правовая пропаганда, главная задача которой заключается в *популярном* (что отличает ее от толкования права) распространении и разъяснении правовых явлений, в нашем случае антикоррупционного законодательства. В этом случае *агитацию можно рассматривать как цель пропаганды*.

Главное различие в сущности этих двух методов и видов информационной деятельности в сфере правовой жизни общества заключается в ближайших целях, на достижение которых они ориентированы. Цель правовой пропаганды – формирование *правового мировоззрения*. Цель правовой агитации – в формирование *фактического поведения*, его регулирование, побуждение к действию.

Таким образом, если правовая пропаганда формирует положительную правовую активность как *качество субъекта права*, то правовая агитация формирует положительную правовую активность как фактическое *поведение субъекта правоотношений*.

Бесспорно, что одним из внешних факторов (обстоятельств, которые не содержатся в самой норме, но выступают как условия ее реализации) эффективности антикоррупционной юридической нормы является информированность граждан об этой норме. Именно поэтому следует стремиться к тому, чтобы граждане, постоянные участники особых общественных отношений, во-первых, хорошо знали правовые нормы, которые регулируют эти (например, антикоррупционные) отношения, и, во-вторых, полно и четко представляли себе свои юридические права и обязанности, способы их осуществления, а также предвидели связанные с этим последствия [13].

В качестве второго факта эффективности антикоррупционной правовой нормы можно выделить надлежащий уровень правосознания субъектов права и их правовой культуры в целом. То есть здесь речь идет не только об осведомленности субъектов права, участников общественных отношений, о содержании и целях правовых норм, но подразумевается осознание ими необходимости, ценности и справедливости норма права, убежденности неуклонно соблюдать их императивы.

Обеспечение действенности этих двух факторов, прежде всего, и составляет сущность правовой пропаганды.

Агитация в правовом воздействии на социальные связи выступает как средство информационно-психологического воздействия на субъектов права в целях побуждения их к правоосознательному (антикоррупционному) поведению. В основе агитации положен факт. Правовая идея, которая господствует в пропаганде, придает «агитации фактами» ценностно-ориентационный характер.

В данном контексте роль агитации в воздействии на социальные связи, заключается в том, чтобы оптимизировать регулятивную и охранительную функции антикоррупционного законодательства. Сущность ее состоит в том, чтобы, с одной стороны, стимулировать, вызывать к жизни правомерное поведение, с другой стороны, минимизировать, исключать отклоняющееся, неправомерное поведение.

Правовая агитация способствует регулированию поведения людей в согласии с законом, знания которого передаются людям в различных формах официального правового информирования, правового просвещения, обучения, правовой пропаганды.

Пропаганду и агитацию можно образно определить как гражданское информационное оружие. Один только из его «зарядов» – *факт* может содержать такой потенциал сенсационной энергетики, что с помощью него можно буквально взорвать такую «гору», как общественное правосознание. В результате такого «взрыва» можно не только вызвать у людей желаемую «нетерпимость к коррупционному поведению», но и побудить их выплеснуть эту нетерпимость в так называемых преступлениях ненависти, в том числе – экстремистской направленности.

Казалось бы, что плохого в том, что продукция СМИ изобилует сообщениями о фактах коррупции. Но исследования, проведенные криминологической лабораторией Нижегородского государственного университета им. Н.И.Лобачевского с участием студентов-старших курсов (государственного и Волго-Вятской академии государственной службы и управления) показали: наряду с позитивной стороной существует и негативная сторона массово-информационного воздействия.

Так, молодым людям, выступавшим в роли специалистов (ими были определены студенты-выпускники из числа тех, кто занимался этой проблемой в рамках спец. курса «Средства массовой коммуникации и преступность») было предложено оценить публикации в «Российской газете» за 10 месяцев 2009 г., в которых сообщалось о коррупционных преступлениях и тех, кто их совершил. Был проведен контент-анализ, по результатам которого 63% специалистов, в частности, пришли к выводу: публикации о фактах коррупции в большей мере вызывают чувство протеста у читателей, подрывают авторитет и стабильность власти, нежели укрепляют в людях уверенность в успехе борьбы с коррупцией.

Анкетирование, проведенное той же лабораторией в июне 2009 г. среди молодежи (было опрошено более 474 молодых людей, жителей Нижнего Новгорода), позволило получить данные, по которым критическая оценка результативности антикоррупционной пропаганды населением не вселяет оптимизма в тех, кто активно насыщает общественное правосознание информацией о коррупционных преступлениях и коррупционерах, исходя их единственного принципа – чем больше, тем лучше.

Нижегородцам был задан вопрос о том, к какому убеждению приходят они, читая сообщения в СМИ о привлечении к уголовной ответственности за различные преступления государственных служащих (в их числе – мэров, вице-губернаторов, генералов, руководителей подразделений органов внутренних дел и т.п.). Судя по ответам, антикоррупционная пропаганда через СМИ вселяла в граждан убеждение, главным образом, в том, что:

1) началась принципиальная «чистка» органов государственного управления от нечистоплотных госслужащих, продолжение которой приведет к значительному улучшению системы государст-

венного управления; можно сказать, что с коррупцией практически будет покончено (20%);

2) это вынужденная мера, временная кампания, которая может иметь успех, но незначительный (38%);

3) к этим сообщениям все скоро привыкнут, а ситуация не изменится; в массе взяточников и прочих должностных преступников выявленные преступники составляют всего лишь капля в море (49%).

Такой вывод свидетельствует о непродуманном, мягко говоря, использовании СМИ в так называемой антикоррупционной пропаганде. Это тот случай, когда «хотели, как лучше, а получилось, как всегда» (и даже хуже), или благими намерениями выстлана дорога в ад. На научном языке это называется «эффектом бумеранга», или проявлением одной из дисфункций СМИ. Правильно заявляют специалисты: «Отрицательный образ правовой системы в общественном сознании складывался постепенно и в значительной мере под воздействием СМИ» [14]. Хотя трудно упрекнуть авторов публикаций в том, что они делают это преднамеренно.

Безусловно, публикации о мерах противодействия коррупции поднимает уровень информированности людей. Но действия авторов публикаций по привычному постулату «чем больше, тем лучше» приводят к *информационному перенасыщению*. Факты коррупции, о которых сообщают СМИ, уже воспринимаются как само собой разумеющиеся, интерес к ним повышается лишь тогда, когда сообщается нечто не обычное (например, уличили в получении взятки мэра, генерала – хотя и это становится не редкостью). Это явление получило название «*наркотизирующего эффекта*», или «*сенсорного ожирения*».

С другой стороны, у людей во многом подсознательно складывается «отрицательный образ» живучего коррупционера во власти, непобедимой коррупции. А это, с одной стороны, усиливает протестное настроение у населения к органам власти, поскольку «зерна» знаний о коррупции падают в неподготовленную «почву» общественного правосознания. С другой стороны, осознание непобедимости коррупции вынуждает людей принимать «правила игры».

Здесь вновь уместно вернуться к исследованиям нижегородских криминологов. На вопрос

«Насколько распространено проявление чувства ненависти (сильной вражды, злобы) со стороны окружающих вас людей к местной администрации?» были получены следующие ответы:

а) очень распространено – 22%,

б) не очень, но довольно распространенное явление – 34%,

в) такое настроение проявляется у немногих – 26%,

г) не наблюдается вообще – 7%,

д) затрудняюсь ответить – 11%.

Очевидно, что на такой почве рациональные антикоррупционные идеи способны дать всходы... однако всего лишь – плевел, почти не содержащих в себе то, что можно назвать зернами.

Учитывая относительно высокий уровень протестного настроения населения (по данным опроса Фонда Общественного мнения), такое настроения испытывают 46% граждан, а 14% – готовы принять участие в акциях протеста [15]), нижегородцам были заданы соответствующие вопросы. В соответствии с их ответами определились три категории граждан, которые:

1) высказывающие пассивное недовольство («бурчание») – 32%;

2) испытывающие желание поменять старую власть на новую, но без крайних мер, например, путем выборов, и уверенные, что это им удастся – 27%;

3) готовые пойти даже на крайние, то есть насильственные меры – 5%.

Все это свидетельствует «о серьезных юридико-психологических просчетах в работе средств массовой информации и необходимости самого активного использования возможностей юридической психологии для их преодоления и осмысленного квалифицированного влияния на формирование правовой психологии населения и укрепление правомерного поведения граждан» [14].

Эти просчеты существенно дополняют многие другие, не проработанные механизмы реализации информационных мер противодействия коррупции, что подтверждается, в частности, данными, полученными нижегородскими криминологами. Очевидна необходимость проведения в регионах единой информационной политики в противодействии коррупции, в которой одним из средств должна выступать антикоррупцион-

ная пропаганда, наряду с собственно правовым информированием, просвещением, воспитанием, правовой агитацией.

Важно обеспечить результативность информационного воздействия в области предупреждения коррупционных правонарушений, а это возможно невозможно только при условии его научного обеспечения. Как справедливо замечают ученые, «при этом надо помнить, что результаты научных исследований выступают (в плане внедрения) уже не как знания сами по себе, а как особый ресурс, необходимый наравне с другими ресурсами для совершенствования, развития практики» [16]. К сожалению, сама практика, с одной стороны, не торопится воспользоваться этим ресурсом, но с другой – спешит заявить о себе теми «решительными мерами», которые, по мнению государственных и муниципальных управленцев, несут в себе новизну и бесспорный результат. Этим можно объяснить и обращение к региональной «антикоррупционной пропаганде», которая на самом деле представляет собой конгломерат мер информационного характера (правовых, организационных, управленческих, собственно информационных, контролирующих и др.).

Таким образом, следует говорить об информационной политике противодействия коррупции, которая также формируется эмпирическим путем, то есть непроизвольно, путем проб и ошибок, без научного освещения этого направления деятельности. Данный процесс осложняется отсутствием необходимых положений этого важного аспекта деятельности в антикоррупционном законодательстве. В Федеральном законе «О противодействии коррупции» предусмотрена всего лишь мера профилактики – «формирование в обществе нетерпимости к коррупционному поведению» (п. 1 ст. 6; п. 3 ст. 7); определено одно из основных направлений деятельности государственных органов по повышению эффективности противодействия коррупции – «обеспечение независимости средств массовой информации» (п. 8 ст. 7).

В «Национальной стратегии противодействия коррупции» определено, что настоящая стратегия представляет собой «постоянно совершенствуемую систему мер организационного, экономического, правового, информационного и кадрового характера» (п. 2 раздела 1 «Общие положения») [17]. Однако информационных

характер находит выражение лишь в одном из направлений – «расширение системы правового просвещения населения» (п. «ж» ст. 8) и как элемент механизма реализации Национальной стратегии – «путем оказания содействия средствам массовой информации в широком и объективном освещении положения дел в области противодействия коррупции» (п. «ж» ст. 9).

В «Национальном плане противодействия коррупции» предусмотрено: а) финансирование мероприятий «по государственной поддержке производство, распространения и тиражирования теле- и радиопрограмм по правовому просвещению» (п. «а» ст. 2); б) рассмотрение на заседания президиума совета при Президенте РФ по противодействию коррупции вопроса «о работе по формированию в обществе нетерпимого отношения к коррупции» (п. «а» ст. 3) [17].

В развитие этих нормативных положений межрегиональная общественная организация развития антикоррупционных программ «Общественный антикоррупционный комитет», формируя «Основные направления общественной и государственной антикоррупционной деятельности в России», выделил в их числе ряд направлений, можно сказать, «тактического» характера, объединенных в одно, «стратегическое» – «Взаимодействие со структурами гражданского общества». Одним из таких направлений определено как «Формирование антикоррупционного мировоззрения у российских граждан». В содержание этого направления входит: разработка и реализация антикоррупционных образовательно-просветительских программ и кампаний с целью преодоления пассивности населения в восприятии коррупции как угрозы национальной безопасности и демократии; понимания ее как комплексного социального явления, противодействие с которым должна начинаться не «сверху» (со стороны власти), а «снизу» (со стороны общества); издание справочников административных процедур для населения, в которых в доступной форме изложить правила их осуществления; разъяснения значения норм корпоративной этики (в частности, госслужащих, представителей, бизнеса, СМИ, общественных организаций) как основы для обеспечения прозрачности профессиональной или общественной деятельности и т.д. [18].

Что касается взаимодействия с таким влиятельным институтом гражданского общества, как СМИ, то оно выделено в отдельное направление – привлечение этого института к формированию антикоррупционного мировоззрения и популяризации антикоррупционной деятельности.

Кроме того, предусмотрено еще одно направление – использование сети Интернет в целях: а) информирования общественности о деятельности органов государственного управления и местного самоуправления; б) доступа к общественно значимой информации; в) вовлечения граждан в обсуждения проектов решений; г) осуществлении контроля их реализации [18].

Настоящие и другие законодательные положения, общественные инициативы, выводы и предложения, полученные в результате криминологических исследований, должны быть положены в основу будущей концепции информационной политики в сфере противодействия коррупции.

В настоящей концепции должны быть систематизированы знания о подходах, принципах, стратегических целях, тактических задачах, методах и средствах информационного обеспечения. В числе основополагающих идей следует предусмотреть принцип информационной безопасности, на котором должна быть разработана технология, помогающая минимизировать, упреждать те самые дисфункции массово-информационного воздействия, о которых упоминалось выше, некомпетентность в праве, непрофессионализм.

Должны быть налажены мониторинговые механизмы, в частности, обеспечивающие социально-правовую диагностику общественного правосознания и правонастроения, «обратную связь» информационно-управленческих воздействий, корректирование деятельности по отбору информационного материала, определению его объема и подготовки к опубликованию. Создание таких мониторингов отвечает предусмотренным Национальным планом противодействия коррупции изучению возможностей по организации и проведению мониторинга основных параметров национальных систем противодействия коррупции.

Эта идея согласуется также и с мерами, включенными в Национальный план противодействия коррупции, который, например, предусматривает проведение социологических исследований среди

всех социальных слоев населения в регионах, которые позволили бы оценивать уровень коррупции в стране и эффективность принимаемых антикоррупционных мер.

Безусловно, все эти и другие инновации требуют совместных интеллектуальных усилий представителей государственного управления и муниципального самоуправления, органов массовой информации, операторов Интернет и ученых (правоведов, криминологов, социальных психологов, социологов и др.). Обеспечить такое целесообразное взаимодействие, сотрудничество в регионах можно на базе научных, образовательных учреждений. В их числе целесообразно определить образовательные учреждения государственной службы, национальные исследовательские университеты, специализированные учреждения, каким, например, является Научно-исследовательский институт противодействия коррупции Института экономики, управления и права (г. Казань).

При этом следует учесть то немаловажное для реализации этой идеи обстоятельство, что Национальный план противодействия коррупции предусматривает финансирование Правительством РФ деятельность по переподготовке и повышению квалификации федеральных и государственных служащих, в должностные обязанности входит участие в противодействии коррупции, а также по подготовке методических рекомендаций по вопросам противодействия коррупции.

Разумеется, эту многостороннюю деятельность невозможно осуществлять без средств массовой информации. По мнению руководителя МОО «Комитета по борьбе с коррупцией» А. Голубева, смысл этого важного института гражданского общества в противодействии коррупции, прежде всего, заключается «в выполнении важнейшей социальной и политической миссии – информирования населения о том, что реально происходит в обществе, во власти, в мире. СМИ ежедневно формируют и уточняют образ власти в глазах общества и образ общества перед властью. И эти образы должны соответствовать действительности, если мы хотим не очередных «великих потрясений», а действительно великой и уважаемой в мире России» [19].

Так должно быть, но, к сожалению, результаты приведенного выше криминологического

анализа публикаций СМИ о фактах коррупции находят подтверждение у Комитета по борьбе с коррупцией: «в мощном потоке бессмысленного и бесполезного информационного шума, в условиях целенаправленного манипулирования общественным мнением ни о каком общественном контроле, а значит, и о реальной борьбе с коррупцией и речи быть не может» [19].

Между тем средства массовой информации как институт гражданского общества играет более чем значительную роль в системе социально-политического контроля и влиянии на общественное правосознание, общественное мнение и правонастроение.

Список литературы

1. О дополнительных мерах по противодействию коррупции в Санкт-Петербурге: Закон Санкт-Петербурга от 14 ноября 2008 г. № 674-122 // Санкт-Петербургские ведомости. – 2008. – № 224.
2. О противодействии коррупции в Брянской области: Закон Брянской области от 11 июля 2007 г. № 105-3. – URL: <http://www.bryanskobl.ru/region/law/view.php?id=1775&type=0>
3. О противодействии коррупции: Закон Кемеровской области от 08.05.2007 № 57. – URL: <http://www.kemust.ru/document/142.html>
4. Паспорт Республиканской программы по реализации Стратегии антикоррупционной политики Республики Татарстан на 2006–2008 годы. – URL: http://mvd.tatar.ru/rus/file/pub/pub_17807.rtf
5. Коррупция и антикоррупционная политика: словарь-справочник / А.Э. Бикмухаметов, Р.Р. Газимзянов, П.А. Кабанов и др. – М.: Медиа-Пресс, 2008. – С. 9.
6. Засурский Я. У нас было общественное ТВ, но оно стало президентским // Журналист. – 1999. – № 12. – С. 12.
7. Краткий словарь по социологии / авт.-сост. П.Д. Павленок. – М., 2000. – С. 87.
8. О противодействии коррупции: Федеральный закон от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ // Российская газета. – 2008. – 30 декабря.
9. Словарь иностранных слов / под ред. И.В. Лехина, С.М. Локшиной, Ф.Н. Петровой (глав. ред.) и Л.С. Шаумяна. – Изд. 6-е, перераб. и доп. – М., 1964. – С. 20.
10. Комаров С. А. Общая теория государства и права. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 1998. – С. 330.
11. Коррупция в России: кто сколько берет? – URL: <http://vlasti.net/news/47046>
12. Горшенков Г.Н. Криминология массовых коммуникаций. – Н. Новгород: Нижегородский гос.ун-т им. Н.И. Лобачевского, 2003. – С. 257–285.
13. Фаткуллин Ф.Н., Чулюкин Л.Д. Социальная ценность и эффективность правовой нормы. – Казань, 1977. – С. 46.
14. Прикладная юридическая психология. – URL: http://yurpsy.by.ru/help/bib/stol/2_8.htm
15. Рышклина Ю. Протестные настроения: когда терпение лопнет? – URL: <http://polnyi-pisec.info/protestnye-nastroeniya-kogda-terpenie-lopnet/>
16. Криминология / Г.А. Аванесов, С.М. Иншаков, С.Я. Лебедев, Н.Д. Эриашвили / под ред. Г.А. Аванесова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – С. 166.
17. Российская газета. – 2010. – 15 апреля.
18. Общественный антикоррупционный комитет // Основные направления общественной и государственной антикоррупционной деятельности в России. – URL: <http://www.stopcorruption.ru/proects.htm>
19. Голубев А. СМИ – единственный инструмент обмена информацией между обществом и властью. – URL: <http://www.com-cor.ru/ru/mnenie-golubev-obshestvo-smi-vlast>

В редакцию материал поступил 01.11.10

Ключевые слова: антикоррупционная пропаганда, противодействие коррупции, антикоррупционная политика, антикоррупционная практика.

АНТИКОРРУПЦИОННЫЕ СТАНДАРТЫ – единые для обособленной сферы правового регулирования гарантии, ограничения или запреты, обеспечивающие предупреждение или уменьшение воздействия коррупции на функционирование данной сферы.