



Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2024. Т. 24, вып. 2. С. 219–225
Izvestiya of Saratov University. Economics. Management. Law, 2024, vol. 24, iss. 2, pp. 219–225
<https://eup.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2024-24-2-219-225>, EDN: WVUUGO

Научная статья
УДК 342.4

Роль пропаганды в популяризации и сохранении общероссийской культурной идентичности соотечественников за рубежом



Н. А. Кондукторова

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

Кондукторова Надежда Александровна, ассистент кафедры конституционного и муниципального права, grishchenko.kz@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2606-9044>

Аннотация. Введение. В результате проведенной в 2020 г. конституционной реформы Основной закон страны был дополнен новыми нормами. В их числе положения ч. 3 ст. 69 Конституция РФ, которыми закрепляются гарантии поддержки соотечественникам, проживающим за рубежом. Данной нормой в конституционно-правовой оборот вводится новая категория – «общероссийская культурная идентичность», а поддержка соотечественников в ее сохранении закрепляется в качестве одного из направлений деятельности государства. Пропаганда интерпретируется как один из элементов механизма по сохранению указанной идентичности. Исследование общероссийской культурной идентичности, а также пропаганды в контексте ее сохранения является целью настоящей работы.

Теоретический анализ. Термин «идентичность» устойчиво закрепился в отечественном законодательстве и правовой науке. Его содержание варьируется в зависимости от характеристик субъекта – носителя идентичности. Выявлено, что от особенностей основания признания лица соотечественником зависят функции пропаганды, применяемой с целью сохранения его идентичности. **Эмпирический анализ.** Определено, что в основе общероссийской культурной идентичности соотечественников за рубежом не лежат ни этническая принадлежность, ни отношения гражданства. В основу исследуемого понятия заложен культурный (цивилизационный) код России как страны с многовековой государственностью, богатой историей и многонациональным народом. Пропаганда выступает одним из способов распространения российской ценностно-мировоззренческой модели. **Результаты.** Роль пропаганды заключается в формировании у соотечественников относительно России позитивного образа будущего. Восходящая конституционализация отношений по оказанию поддержки соотечественникам обусловлена несколькими факторами: приоритетностью данного направления российской национальной политики; признанием исследуемой идентичности юридическим фактом; обоснованием новой категории как подтверждения цивилизационной сущности России на конституционном уровне.

Ключевые слова: общероссийская культурная идентичность, пропаганда, гражданское самосознание, конституционная реформа, соотечественники за рубежом, культурный (цивилизационный) код

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда (проект «Пропаганда в российском праве: трансформационные и институциональные изменения» № 24-28-00386).

Для цитирования: Кондукторова Н. А. Роль пропаганды в популяризации и сохранении общероссийской культурной идентичности соотечественников за рубежом // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2024. Т. 24, вып. 2. С. 219–225. <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2024-24-2-219-225>, EDN: WVUUGO

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

Article

The role of propaganda in popularizing and preserving the all-Russian cultural identity of compatriots abroad

N. A. Konduktorova

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

Nadezhda A. Konduktorova, grishchenko.kz@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2606-9044>

Abstract. Introduction. As a result of the constitutional reform carried out in 2020, the basic law of the country was supplemented with new norms. They include the provisions of Part 3 of Article 69 of the Constitution of the Russian Federation, which enshrine guarantees of support for compatriots living abroad. This norm introduces a new category into constitutional legal circulation – “all-Russian cultural identity”, and its preservation is fixed as one of the areas of state activity. Propaganda is interpreted as one of the elements of the mechanism for preserving this identity. The study of all-Russian cultural identity, as well as propaganda in the context of its preservation, is the goal of this work. **Theoretical analysis.** The term “identity” has been steadily entrenched in domestic legislation and legal science. Its content varies depending



on the characteristics of the identity bearer. It has been revealed that the functions of propaganda used to preserve his / her identity depend on the characteristics of the basis for recognizing a person as a compatriot. **Empirical analysis.** The article revealed that neither ethnicity nor citizenship relations are the basis of the nationwide cultural identity of compatriots abroad. The concept under study is based on the cultural (civilizational) code of Russia as a country with a centuries-old statehood, rich history and a multinational people. Propaganda is one of the ways to spread the Russian value and worldview model. **Results.** The role of propaganda is to form a positive image of the future among compatriots regarding Russia. The upward constitutionalization of relations to support compatriots is due to several factors: the priority of this direction of the Russian national policy; recognition of the identity under study as a legal fact; justification of the new category as confirmation of the civilizational essence of Russia at the constitutional level.

Keywords: all-Russian cultural identity, propaganda, civic consciousness, constitutional reform, compatriots abroad, cultural (civilizational) code

Acknowledgements: This work was supported by the Russian Science Foundation (project "Propaganda in Russian law: transformational and institutional changes", No. 24-28-00386).

For citation: Konduktorova N. A. The role of propaganda in popularizing and preserving the all-Russian cultural identity of compatriots abroad. *Izvestiya of Saratov University. Economics. Management. Law*, 2024, vol. 24, iss. 2, pp. 219–225 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2024-24-2-219-225>, EDN: WVUUGO

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

Введение

В результате проведенной в 2020 г. конституционной реформы Основной закон страны был дополнен новыми нормами. Так, ч. 3 ст. 69 Конституции РФ в последней редакции закрепляет следующее: «Российская Федерация оказывает поддержку соотечественникам за рубежом в осуществлении их прав, обеспечении защиты их интересов и сохранении общероссийской культурной идентичности» [1].

Закрепление на конституционном уровне гарантий оказания поддержки соотечественникам за рубежом находится в числе наиболее важных изменений, внесенных в Конституцию РФ [2]. Однако, несмотря на ее значимость для российской правовой действительности, механизм реализации новой нормы еще не выработан. Вопрос о реализации положения ч. 3 ст. 69 Конституции РФ обусловлен как абстрактностью самого положения, так и неоднозначным толкованием перечисленных в нем терминов. Примером тому является обозначенное нормой «сохранение общероссийской культурной идентичности», которое пока не обрело своего осмысления ни в законодательстве, ни в практической деятельности. В указанном контексте возникают два закономерных вопроса: что такое российская культурная идентичность и из чего состоит механизм ее сохранения. И если в первом вопросе речь идет про теоретический анализ понятия, то предметом второго является сложный процесс, состоящий из множества элементов. Следует полагать, что сохранение общероссийской культурной идентичности предусматривает некоторую ее популяризацию. В этой связи необходимо обратиться к пропаганде как одной из коммуникативных технологий. Рассматривая пропаганду в данном контексте, профессор

Н. Б. Зазаева отмечает: «...уменьшение использования методов внушения в пользу методов убеждения при работе с общественным мнением является позитивным трендом в политических коммуникациях современной России» [3, с. 104]. Такое восприятие пропаганды – со знаком «плюс» – является на сегодняшний день распространенным в работах российских ученых.

Основой культурной идентификации в современном мире, по мнению Н. А. Герасимовой и В. Ю. Ивахнова, должны стать сохранение своих духовной ценностей и культурных традиций и их пропаганда, проявление чувства национальной гордости при уважении других народов [4, с. 74].

В связи с этим цель работы включает в себя два компонента: раскрытие содержания общероссийской культурной идентичности соотечественников как новой конституционно-правовой категории и исследование пропаганды как одного из элементов механизма по ее сохранению.

Теоретический анализ

Термин «идентичность» используется законодателем в ряде документов, среди которых: акты стратегического характера, методические документы, судебная практика, а также нормативные акты, приведенные в соответствии с измененной Конституцией РФ при буквальном воспроизведении ее положений. Одно из первых упоминаний термина «идентичность» содержится в Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года (утв. Указом Президента РФ от 19.12.2012 № 1666).

В п. 4.2 Стратегии закреплено, что общероссийская гражданская идентичность (гражданское самосознание) – это осознание гражданами Российской Федерации их принадлежности к



своему государству, народу, обществу, ответственности за судьбу страны, необходимости соблюдения гражданских прав и обязанностей, а также приверженность базовым ценностям российского общества [5].

В данном определении законодатель отождествляет идентичность с осознанием человеком принадлежности к какой-либо группе. В то же время слова «общероссийская гражданская» указывают на конкретную гражданскую принадлежность субъектов – носителей такой идентичности – и вытекающую из этой принадлежности необходимость реального соответствия своему правовому статусу («соблюдение гражданских прав и обязанностей», «приверженность базовым ценностям»).

«Гражданская идентичность является свойством личности, конкретного человека, субъекта исторического действия, – заключают И. И. Горлова и А. Л. Зорин. – Обретение гражданской идентичности означает, что человек из несоциализированного (атомизированного) индивида превращается в сознательную личность, понимающую свою ответственность перед своими согражданами, с которыми он должен объединиться и совместно действовать ради купирования внутренних и внешних угроз и во имя блага и процветания родной страны» [6, с. 8].

В обозначенных тезисах следует обратить внимание на следующие два момента:

– во-первых, указанная идентичность присуща только физическим лицам, что является ее первичным свойством. Наличие определенной гражданской принадлежности лица является ее вторичной характеристикой, которая может варьироваться (так, граждане разных государств будут обладать своей общенациональной гражданской идентичностью). Исходя из этого, так как соотечественники за рубежом являются прежде всего физическими лицами, базовое толкование присущей им идентичности как осознания принадлежности к какой-либо группе [7] является в полной мере применимым;

– во-вторых, в основу любой идентичности физического лица всегда заложены объективный и субъективный факторы. Объективный фактор отражает реальное положение вещей, которое не зависит от человеческого восприятия (как, например, наличие определенного гражданства). Но идентичность также не существует без субъективного фактора – осознания человеком себя частью той общности, с которой он себя соотносит, или момента волевого выбора. В качестве одной из особенностей пропаганды рос-

сийские исследователи выделяют наличие в ее основе процесса управления сознанием [8, с. 216], т. е. использование социально-психологических методов воздействия на принимаемое решение. Непосредственное влияние пропаганды выражается в усвоении личностью тех стереотипов и моделей поведения, на которые пропаганда была нацелена [9, с. 81].

Эмпирический анализ

В зависимости от того, с какой группой и по какому признаку соотносит себя субъект, можно выделить различные типы идентичностей. Так, в научных работах можно встретить такие понятия, как «гражданская идентичность» [10], «национальная идентичность» [11], «языковая идентичность» [12], «этническая идентичность» [13] и др.

Общероссийская культурная идентичность соотечественников за рубежом является одной из таких разновидностей идентичностей. Однако, в отличие от указанных ранее типов, только ее сохранение было возведено в ранг конституционного положения – в ч. 3 ст. 69.

Если предположить, что на содержание конкретной идентичности влияют характеристики субъекта – ее носителя, то для целей данного исследования необходимо обратиться к законодательству, регламентирующему правовой статус российских соотечественников.

К соотечественникам за рубежом законодатель относит несколько категорий лиц:

- 1) граждане Российской Федерации, постоянно проживающие за пределами ее территории;
- 2) лица и их потомки, приживающиеся за пределами территории России и относящиеся, как правило, к народам, исторически проживающим на территории РФ;
- 3) лица, сделавшие свободный выбор в пользу духовной, культурной и правовой связи с Российской Федерацией, чьи родственники по прямой восходящей линии ранее проживали на территории России [14].

Очевидно, что первые две из указанных категорий российских соотечественников признаются законодателем таковыми в силу объективных факторов – наличия гражданства РФ, которое подтверждается паспортом, а также исторически сложившегося территориального расселения народов России.

Однако соотечественники последней категории признаются таковыми в силу своего прямого волеизъявления. Признание своей принадлеж-



ности к соотечественникам в данном случае является актом самоидентификации, подкрепленным общественной или профессиональной деятельностью по сохранению русского языка и языков народов России, развитию российской культуры за рубежом, укреплению дружественных отношений государств проживания соотечественников с Российской Федерацией, поддержке общественных объединений [14].

И здесь важно обратить внимание на следующее: одной и той же идентичностью будут обладать соотечественники, относящиеся ко всем вышеуказанным группам. Однако механизмы ее сохранения, а следовательно, и особенности применяемой пропаганды будут отличаться.

Так, например, в отношении соотечественников – граждан РФ, проживающих за рубежом, – реализуется коммуникативная функция пропаганды. Являясь российскими гражданами, они обладают правами и несут обязанности перед своим государством, а также, осознанно или нет, уже выступают носителями ценностей российской цивилизации. Коммуникативная функция пропаганды предполагает установление и поддержку связей между различными структурами общества [15, с. 298], как, например, между РФ и ее соотечественниками-гражданами.

В то же время, когда речь идет о совершении осознанного выбора, пропаганда создает определенный социальный настрой, меняет и направляет установки людей, выполняя тем самым функцию алгоритмизации поведения членов в обществе [15, с. 298].

Возвращаясь к базовому понятию идентичности, следует обратить внимание на то, что оно делает сущностный акцент на моменте осознания субъектом своей принадлежности к какой-либо группе. В то же время свободный выбор соотечественников в пользу духовной, культурной и правовой связи с Российской Федерацией является не чем иным, как фактом осознания ими своей общности с народом России. Учитывая то, что соотечественники за рубежом не во всех случаях являются гражданами Российской Федерации, признак гражданской принадлежности не является достаточным основанием для возникновения такой общности.

Также не является основанием возникновения такой общности и признак национальной принадлежности.

Впервые идея формирования общероссийской идентичности прозвучала в работе В. А. Тишкова: «Необходимо более последова-

тельно утверждать понятия “нация” и “национальное” в общегосударственном и гражданском смысле, не отвергая практику использования данного понятия в этническом смысле» [16, с. 127]. Отстаивая идею нации-государства («многонародной нации»), В. А. Тишков подчеркивал, что понятия «российский народ», «российская нация», «россияне» не отрицают существование осетинского, русского, татарского и других народов нашей страны. Нельзя не согласиться с данным тезисом, дополняя его следующим аспектом: многонациональный народ составляют не только исторически проживающие на территории России народы, но и представители национальностей с собственным независимым государством. Например, нельзя отказать в праве считаться частью многонационального народа Российской Федерации казахам, белорусам, украинцам, немцам, корейцам и другим, проживающим на ее территории. Следовательно, представителям этих этнических групп также нельзя отказать в праве признания себя соотечественниками за рубежом.

Таким образом, не отношения гражданства и не национальная принадлежность являются основой самоидентификации соотечественников как таковых, а нечто надгосударственное – культура, язык, духовность, менталитет, традиции, историческая память.

Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года закрепляет: «...современное российское общество объединяет единый культурный (цивилизационный) код, который основан на сохранении и развитии русской культуры и языка, исторического и культурного наследия всех народов Российской Федерации и в котором заключены такие основополагающие общечеловеческие принципы, как уважение самобытных традиций народов, населяющих Российскую Федерацию, и интегрирование их лучших достижений в единую российскую культуру» [5].

Однако одним из признаков России как государства-цивилизации, является не просто наличие уникальной ценностно-мировоззренческой модели, но и распространение ее вовне [17, с. 43]. Очевидно, что такое распространение включает в себя не только закрепление государственной ценностной модели в стратегических документах, но и ее длительное «вращивание» и укрепление в массовом сознании людей – через телевидение, печать и в особенности интернет. Такую пропаганду можно назвать «белой»: она не скрывает своих намерений, ссылается на



официальные источники и не имеет под собой каких-либо деструктивных целей [15, с. 294].

Именно на такой пропаганде, на распространении за рубежом русского языка и российских культурных ценностей, наследия многонационального народа России должен строиться механизм по сохранению общероссийской культурной идентичности среди соотечественников.

Результаты

Таким образом, общероссийскую культурную идентичность соотечественников за рубежом можно определить как непрерывное осознание соотечественниками себя как части многонационального народа России на основе единого цивилизационного кода, включающего возможность использования и развития за рубежом русского языка и русской культуры, приверженность ценностям российского общества и уважение ее исторического и культурного наследия.

Роль пропаганды в ее сохранении заключается в формировании позитивного образа будущего, связанного с Российской Федерацией, для ее соотечественников. Этот образ основан на праве быть носителями цивилизационного кода России независимо от гражданства и места проживания, а также возможности стать частью этого государства на правовых началах. Применение пропаганды как инструмента по сохранению общероссийской культурной идентичности является обоснованным. Более того, говоря о российских соотечественниках, речь идет об управлении сознанием не отдельно взятого человека, а многочисленной общности, что также отвечает рациональности использования методов пропаганды как эффективного инструмента применительно к массовому сознанию [8, с. 219].

Конституционализация отношений, связанных с сохранением общероссийской культурной идентичности соотечественников за рубежом, обусловлена несколькими факторами.

Во-первых, поддержка соотечественников, проживающих за рубежом, является одним из приоритетов государственной национальной политики России [5], а его значимость за последние 20 лет только возрастала.

Во-вторых, только данный вид идентичности, в отличие от других, является юридическим фактом: признание себя соотечественником позволяет использовать особый – ускоренный – порядок получения гражданства Российской Федерации [18].

И, в-третьих, включение в текст Конституции РФ термина «общероссийская культурная идентичность» является еще одним подтверждением укрепления в политико-правовой мысли идеи о цивилизационной сущности России.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ, от 14.03.2020 № 1-ФКЗ) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2014. № 31, ст. 4398 ; 2020. № 11, ст. 1416.
2. Резолюция Общественной палаты Российской Федерации по результатам внеочередного пленарного заседания Общественной палаты Российской Федерации с участием представителей общественных палат субъектов Российской Федерации, общественных советов при федеральных органах исполнительной власти, состоявшегося 10 марта 2020 года // Система обеспечения законодательной деятельности. URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/885214-7> (дата обращения: 08.10.2023).
3. *Зазаева Н. Б.* Развитие пропаганды как коммуникативной технологии в современной России // Вестник Поволжского института управления. 2017. Т. 17, № 4. С. 103–110. <https://doi.org/10.22394/1682-2358-2017-4-103-110>
4. *Герасимова И. А., Ивахнов В. Ю.* Проблема сохранения культурной идентичности в условиях глобализации // Сервис plus. 2017. Т. 11, № 2. С. 66–76. <https://doi.org/10.22412/1993-7768-11-2-9>
5. О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года : указ Президента РФ от 19.12.2012 № 1666 (ред. от 06.12.2018) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2012. № 52, ст. 7477.
6. *Горлова И. И., Зорин А. Л.* Формирование и укрепление общероссийской идентичности и гражданского единства как приоритетные направления современной государственной политики Российской Федерации // Социально-гуманитарные знания. 2023. № 2. С. 5–9. EDN: TGWZDG
7. *Леонтьев Д. А., Савельева О. О.* Идентичность // Большая российская энциклопедия : в 30 т. Т. 10. М. : Большая российская энциклопедия, 2008. С. 695–696.
8. *Кареева С. Г., Некрасов С. В., Пинчук А. Н.* Пропаганда как метод воздействия на общественное сознание: общий теоретический аспект // Вестник НГУЭУ. 2020. № 4. С. 212–229. <https://doi.org/10.34020/2073-6495-2020-4-212-229>
9. *Тогузаева Е. Н.* Роль правовой пропаганды в укреплении идеологических основ общества // Известия



- Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2023. Т. 23, вып. 1. С. 79–84. <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2023-23-1-79-84>, EDN: AUKESP
10. Хайруллина Н. Г. Гражданская идентичность в современной России // Развитие территорий. 2022. № 2 (28). С. 22–27. <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2022-2-22-27>, EDN: JABSSY
 11. Федякин А. В. Приоритеты государственной культурной политики РФ и императивы укрепления общероссийской национальной идентичности // Вестник Российской нации. 2021. № 4 (80). С. 9–45. EDN: AUVXWC
 12. Филиппова Н. А. Языковая, культурная и религиозная идентичность коренных народов: новые региональные практики обеспечения в Сибири // Мир Большого Алтая. 2019. Т. 5, № 3. С. 431–445. <https://doi.org/10.31551/2410-2725-2019-5-3-431-445>
 13. Бочарова Е. Е. Этническая и гражданская идентичность личности представителей разных этногрупп // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Акмеология образования. Психология развития. 2014. Т. 3, вып. 3. С. 277–281.
 14. О государственной политике Российской Федерации в отношении соотечественников за рубежом : федер. закон от 24.05.1999 № 99-ФЗ (ред. от 23.07.2013) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 1999. № 22, ст. 2670.
 15. Матвиенко В. В. Современная пропаганда как система: терминологический аппарат // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2012. № 10. С. 294–299. EDN: PUDLDH
 16. Тишков В. А. Нация и национальная идентичность в России // Вестник Российской нации. 2008. № 1 (1). С. 120–128. EDN: KNVNCZ
 17. Марасанова В. М., Багдасарян В. Э., Иерусалимский Ю. Ю., Титова Л. Г., Кудрина С. А. Основы российской государственности: учебно-методический комплекс по дисциплине для образовательных организаций высшего образования. М. : Изд. дом «Дело» РАНХиГС, 2023. 272 с.
 18. О гражданстве Российской Федерации : федер. закон от 28.04.2023 № 138-ФЗ (ред. от 24.07.2023) // Собр. Законодательства Рос. Федерации. 2023. № 18, ст. 3215.
 2. Resolution of the Public Chamber of the Russian Federation on the results of the extraordinary plenary session of the Public Chamber of the Russian Federation with the participation of representatives of the public chambers of the subjects of the Russian Federation, Public Councils of the Federal Executive, March 10, 2020. *Lawmaking support system*. Available at: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/885214-7> (accessed October 8, 2023) (in Russian).
 3. Zazaeva N. B. The development of propaganda as a communication technology in modern Russia. *The Bulletin of the Volga Region Institute of Administration*, 2017, vol. 17, no. 4, pp. 103–110 (in Russian). <https://doi.org/10.22394/1682-2358-2017-4-103-110>
 4. Gerasimova I. A., Ivakhnov V. Yu. The problem of preservation of cultural identity in conditions of globalization. *Servis plus* [Service plus], 2017, vol. 11, no. 2, pp. 66–76 (in Russian). <https://doi.org/10.22412/1993-7768-11-2-9>
 5. On the Strategy of the State National Policy of the Russian Federation for the period up to 2025. Decree of the President of the Russian Federation no. 1666 of December 19, 2012. *Sobranie zakonodatel'stva RF* [Collection of Laws of the Russian Federation], 2012, no. 52, art. 7477 (in Russian).
 6. Gorlova I. I., Zorin A. L. Formation and strengthening of the all-Russian identity and civic unity as priority directions of the actual state policy of the Russian Federation. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya* [Social and Humanitarian Knowledge], 2023, no. 2, pp. 5–9 (in Russian). EDN: TGWZDG
 7. Leontiev D. A., Savelyeva O. O. Identity. *Bol'shaya rossiyskaya entsiklopediya* [The Large Russian Encyclopedia]. Vol. 10. Moscow, Bol'shaya rossiyskaya entsiklopediya, 2008, pp. 695–696 (in Russian).
 8. Karepova S. G., Nekrasov S. V., Pinchuk S. V. Propaganda as a method of influence on collective consciousness: General theoretical aspect. *Vestnik NSUEM*, 2020, no. 4, pp. 212–229 (in Russian). <https://doi.org/10.34020/2073-6495-2020-4-212-229>
 9. Toguzaeva E. N. The role of legal propaganda in strengthening the ideological foundations of society. *Izvestiya of Saratov University. Economics. Management. Law*, 2023, vol. 23, iss. 1, pp. 79–84 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2023-23-1-79-84>, EDN: AUKESP
 10. Khairullina N. G. Civic identity in contemporary Russia. *Territory Development*, 2022, no. 2 (28), pp. 22–27 (in Russian). <https://doi.org/10.32324/2412-8945-2022-2-22-27>, EDN: JABSSY
 11. Fedyakin A. V. Priorities of the state cultural policy of the Russian Federation and imperatives of the strengthening of the All-Russian national identity. *Bulletin of the Russian Nation*, 2022, no. 4 (80), pp. 9–45 (in Russian). EDN: AUVXWC
 12. Filippova N. A. Linguistic, cultural and religious identity of indigenous peoples: New regional security practices in Siberia. *World of the Great Altai*, 2019, vol. 5, no. 3, pp. 431–445 (in Russian). <https://doi.org/10.31551/2410-2725-2019-5-3-431-445>

References

1. The Constitution of the Russian Federation (adopted by popular vote on December 12, 1993 (amended by Federal Constitutional Law 6-FKZ of December 30, 2008, Federal Constitutional Law 7-FKZ of December 30, 2008, Federal Constitutional Law 2-FKZ of February 5, 2014, Federal Constitutional Law 11-FKZ of July 21, 2014, Federal Constitutional Law 1-FKZ of March 14, 2020. *Sobranie zakonodatel'stva RF* [Collection of Laws of Russian Federation], 2014, no. 31, art. 4398; 2020, no. 11, art. 1416 (in Russian).



13. Bocharova E. E. Ethnic and civic identity of the representatives of different ethnic groups. *Izvestiya of Saratov University. Educational Acmeology. Developmental Psychology*, 2014, vol. 3, iss. 3, pp. 277–281 (in Russian).
14. On the state policy of the Russian Federation in relation to compatriots abroad. Federal Law 99-FZ of May 24, 1999 (an edition of July 23, 2013). *Sobranie zakonodatel'stva RF* [Collection of Laws of the Russian Federation], 1999, no. 22, art. 2670 (in Russian).
15. Matvienko V. V. Modern propaganda as a system: terminological apparatus. *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk* [Current Problems of the Humanities and Natural Sciences], 2012, no. 10, pp. 294–299 (in Russian). EDN: PUDLDH
16. Tishkov V. A. The nation and national identity in Russia. *Bulletin of the Russian Nation*, 2008, no. 1 (1), pp. 120–128 (in Russian). EDN: KNVNCZ
17. Marasanova V. M., Bagdasaryan V. E., Ierusalimskiy Yu. Yu., Titova L. G., Kudrina S. A. *Osnovy rossiyskoy gosudarstvennosti: uchebno-metodicheskiy kompleks po distsipline dlya obrazovatel'nykh organizatsiy vysshego obrazovaniya* [Fundamentals of Russian statehood: an educational and methodological complex on the discipline for educational institutions of higher education]. Moscow, «Delo» RANEPА Publ., 2023. 272 p. (in Russian).
18. On the citizenship of the Russian Federation. Federal Law 138-FZ of April 28, 2023 (an edition of July 24, 2023). *Sobranie zakonodatel'stva RF* [Collection of Laws of the Russian Federation], 2023, no. 18, art. 3215 (in Russian).

Поступила в редакцию 05.01.2024; одобрена после рецензирования 25.01.2024; принята к публикации 01.02.2024
The article was submitted 05.01.2024; approved after reviewing 25.01.2024; accepted for publication 01.02.2024