

Е. Н. Тогузаева

Саратовский национальный исследовательский
государственный университет имени Н.Г. Чернышевского
г. Саратов, Российская Федерация

Социализирующая функция правовой пропаганды в современной России

Резюме. Современная государственная пропаганда имеет направленность на достижение целей, значимых для государства и общества, и характеризуется консолидирующим потенциалом. Настоящий этап изменений в сфере правового регулирования пропаганды ознаменован приданием большого значения социализирующей функции пропаганды, нашедшей нормативное закрепление. Социализирующее значение пропаганды связано с юридикацией моральных норм, примеров тому в действующем после конституционных изменений 2020 г. в законодательстве немало. Внимания законодателя удостоены юрисдикционный запрет пропаганды отказа от деторождения, внедрение пропаганды традиционных семейных ценностей и др. Такие трансформации в сфере регулирования пропаганды будут и далее наблюдаться в российском праве ввиду социальной обусловленности, социального запроса общества и потенциала. Активному правовому регулированию подвергается не только антиобщественное, но и социально значимое поведение, что породило правовое регулирование созидательной пропаганды, отражающей новые цели и стремления государства, влияющей в том числе на формирование национальной идентичности и создание обстановки для единства народа, направленной на обеспечение национальной безопасности страны.

Ключевые слова: пропаганда; запрет пропаганды; позитивная пропаганда; пропаганда ценностей; социализация; социализирующая функция; трансформация; ценностная компетентность; стимулирование; цели государства

Для цитирования: Тогузаева Е. Н. Социализирующая функция правовой пропаганды в современной России. *Lex russica*. 2026. Т. 79. № 4. С. 81–90. DOI: 10.17803/1729-5920.2026.233.4.081-090

Благодарности. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 24-28-00386 «Пропаганда в российском праве: трансформационные и институциональные изменения», <https://rscf.ru/project/24-28-00386/>.

The Socializing Function of Legal Propaganda in Contemporary Russia

Ekaterina N. Toguzayeva

Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky
Saratov, Russian Federation

Abstract. Modern state propaganda is aimed at achieving goals that are significant for the state and society, and is characterized by consolidating potential. The present stage of changes in the sphere of legal regulation of propaganda is marked by the importance of the socializing function of propaganda, which has found normative consolidation. The socializing value of propaganda is associated with the legitimization of moral norms, and there are many examples of this in the legislation in force after the constitutional changes in 2020. The attention of the legislator was given to the jurisdictional prohibition of propaganda of non-procreation, the introduction of

propaganda of traditional family values, etc. Such transformations in the sphere of propaganda regulation will continue to be observed in Russian law due to social conditionality, social demand of society and potential. Not only antisocial behavior is actively regulated, but also socially significant behavior, which has led to the legal regulation of creative propaganda reflecting the new goals and aspirations of the state, influencing, among other things, the formation of national identity and the creation of conditions for the unity of the people, aimed at ensuring the national security of the country.

Keywords: propaganda; prohibition of propaganda; positive propaganda; promotion of values; socialization; socializing function; transformation; value competence; stimulation; goals of the state

Cite as: Toguzaeva EN. The Socializing Function of Legal Propaganda in Contemporary Russia. *Lex russica*. 2026;79(4):81-90. (In Russ.). DOI: 10.17803/1729-5920.2026.233.4.081-090

Acknowledgements. The research was funded by the Russian Science Foundation, grant No. 24-28-00386 «Propaganda in Russian Law: Transformational and Institutional Changes», <https://rscf.ru/project/24-28-00386/>.

Введение

Трансформационные изменения понимания категории «правовая пропаганда» в современной правовой действительности нашли отражение в том числе в дополнениях, связанных с реализацией ценностной повестки в России.

Феномен пропаганды проявился в динамике развития современного российского общества, поэтому он иначе звучал в контексте идей патриотического и духовно-нравственного воспитания молодежи, формирования на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей неприятия любых деструктивных идеологий, возрождения российской самобытности, которые становятся основным мировоззренческим ориентиром для современного российского общества. Учеными отмечается, что активная и системная нравственно-воспитательная деятельность институтов общества, пропаганда положительных стереотипов поведения, правовых ценностей, подтвержденных практикой способов укрепления сознания человека и чувства гордости за свое отечество, должны сопровождать человека всю его сознательную жизнь¹.

Правовые основания для указанных изменений были сформированы поправками, внесенными в 2020 г. в Конституцию РФ², и в последующем — Указом Президента РФ от 09.11.2022 № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей»³.

Сущностное понимание пропаганды менялось со сменой исторических эпох. На наш взгляд, максимально условно для осознания значимости происходящих трансформационных изменений можно выделить несколько этапов становления данного понятия в исторической ретроспективе:

1) религиозный (поскольку понятие «пропаганда» возникло для обозначения миссионерского учреждения, распространявшего католичество);

2) политический (популяризация политических идей со времен Французской революции осуществлялась тайными политическими обществами с одноименными названиями);

3) военно-политический (со времен Первой мировой войны, затем произошел переход в советский этап, характеризующийся пропагандой коммунистических идей и советского образа жизни, партийной пропагандой и созданием специальных органов власти, занимающихся пропагандой).

Данная периодизация выделена нами в соответствии со значением, которое вкладывалось в термин «пропаганда», а также с учетом роли пропаганды, которую она играла в определенный исторический период, и тех основных целей, которым она тогда служила, например в период зарождения понятия «пропаганда» оно употреблялось только в религиозном аспекте и лишь значительно позже получило политическую окраску.

Трансформация не закончилась и в настоящее время, на что автор данной работы и

¹ Азнагулова Г. М. Техногенные процессы и тенденции трансформации государственно-правовой идентичности личности // Журнал российского права. 2022. № 3. С. 22–34.

² СПС «КонсультантПлюс».

³ СЗ РФ. 2022. № 46. Ст. 7977.

хочет обратить внимание. Современный этап связан с активным развитием и нормативным закреплением позитивной пропаганды, а также совершенствованием стимулов и поощрений, опосредующих ее позитивные виды. Позитивная пропаганда чаще осуществляется не только в интересах государства, но и в интересах тех лиц, кому она адресована (например, пропаганда ЗОЖ), не преследует манипулятивных целей и не апеллирует к искаженной системе ценностей. Современные исследователи нередко подчеркивают идейно-воспитательный, духовный потенциал пропаганды, имеющий конструирующий компонент в социуме, указывают, что институт пропаганды сегодня как никогда оказывает инструментальное воздействие на базовый ценностный и духовно-нравственный уровень развития социума и влияет на конструирование социальной реальности России⁴. За последние несколько лет в правовое пространство переключались даже те виды пропаганды, которые раньше нормой права никогда не были урегулированы (например, позитивная пропаганда традиционных семейных ценностей и деструктивная пропаганда отказа от деторождения).

Новый подход к пропаганде и ее нормативному закреплению

Таким образом, на первый план выдвигается новый этап, этап так называемой убеждающей пропаганды (созидающей пропаганды со знаком плюс, одна из функций которой — социализация личности). В наши дни следует говорить о новом подходе к пропаганде и ее нормативно-правовому закреплению. Это выражено в том, что современная правовая пропаганда находится в процессе поиска ценностного ракурса (особыми витками ее развития стали события, связанные с распространением коронавирусной инфекции, затем с проведением специальной военной операции, санкционными ограничениями в отношении России и др.).

Именно сейчас выделяется значимость *социального* влияния позитивной пропаганды, получающей нормативное закрепление. Еще в прошлом веке американский социолог М. Чукас высказал соображение, что пропаганда служит средством формирования сознания человека и контроля над ним, тем самым растворяясь в более широком явлении — феномене социализации⁵. Социализирующая функция пропаганды нашла закрепление в нормативных актах. На современном этапе позитивную пропаганду стоит рассматривать как социальную необходимость (это касается большинства видов позитивной пропаганды, от необходимости формирования экологической культуры населения до здорового образа жизни, поскольку, например, общественное здоровье в юридической литературе исследуется и как конституционная ценность⁶).

Однако нельзя списывать со счетов и возможности наступления нежелательного результата, поскольку свойство иллюзорности пропаганды указывает на то, что результат может быть несколько иным, неожиданным, и это зависит от целого ряда внезапно возникающих сопутствующих причин. Профессор И. Б. Орлов в работе, посвященной сущности и механизмам пропаганды, отмечает, что, несмотря на общее усиленное внедрение в сознание определенного содержания, в отличие от манипулирования, пропаганда утверждает определенные цели публично и назначение ее шире: мобилизация общественного мнения на поддержку претендующих на общенациональный статус целей и ценностей и политическая социализация населения⁷.

Учитывая курс на сохранение и укрепление традиционных российских ценностей, следует уделить особое внимание социализирующей функции пропаганды. Этому способствует активная деятельность законодателя по регулированию современного образа жизни россиян. Так, статья 6.21 «Пропаганда нетрадиционных сексуальных отношений и (или) предпочтений, смены пола, отказа от деторождения» КоАП РФ претерпела значительные изменения

⁴ Карпова С. Г., Некрасов С. В., Пинчук А. Н. Пропаганда как метод воздействия на общественное сознание: общий теоретический аспект // Вестник НГУЭУ. 2020. № 4. С. 213.

⁵ Choukas M. Propaganda Comes of Age. Wash., 1965. P. 41.

⁶ См., например: Гаврилов В. Р., Лигинчук Ю. Г. Общественное здоровье как конституционная ценность // Юридическая наука и практика. 2024. № 2. С. 57–60.

⁷ Орлов И. Б. Сущность и механизмы пропаганды (От какого наследства мы отказываемся?) // Вопросы правоведения. 2009. № 1. С. 57–66.

и пополнилась новыми запретами пропаганды⁸, а в ст. 36 Федерального закона от 30.03.1999 № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения»⁹ в 2022 г. внесены изменения о формировании санитарно-гигиенической культуры в обществе, мотивации граждан к здоровому образу жизни, санитарно-гигиеническому просвещению населения и пропаганде здорового образа жизни. Региональный законодатель отреагировал юридическими запретами так называемой пропаганды абортов, в региональных нормативных актах определенной как склонение к искусственному прерыванию беременности, выражающееся в совершении действий с целью понуждения беременной женщины к искусственному прерыванию беременности путем уговоров, предложений, подкупа, обмана, выдвигания иных требований. Такие региональные акты появились в Республике Мордовия¹⁰ и Тверской области¹¹. В январе 2025 г. приняты правила сообщения информации при подозрении или выявлении у ребенка инвалидизирующей патологии или риска ее развития (в том числе внутриутробно) на территории Московской области, согласно которым запрещено:

- оказывать давление на беременную женщину при принятии решения о сохранении и вынашивании беременности либо искусственном прерывании беременности;
- рекомендовать отказаться от ребенка;
- излагать субъективное видение перспектив жизни ребенка и семьи;
- сообщать информацию о подозрении или обнаружении у ребенка инвалидизирующей патологии или риска ее развития сразу после

родов (кроме случаев, когда сообщение указанной информации связано с необходимостью принятия решения об оказании экстренной медицинской помощи)¹².

Это лишь некоторые примеры изменений действующего законодательства за последние три года, направленные на регулирование образа жизни россиян через нормативное регулирование пропаганды или деятельности, непосредственно с ней связанной.

Однако для максимального восприятия социализирующей функции пропаганды человек должен быть подготовленным с точки зрения правовой культуры. Так, исследуя феномен правовой культуры, В. Ф. Лелюх и Л. В. Чванова подчеркивают, что «правовая культура как степень особого развития индивида проявляется прежде всего в его подготовленности к восприятию прогрессивных идей и законов, умений и навыков, а также в оценке знаний, умений реализации действующего закона. С этих позиций она характеризуется наличием правокультурных ориентаций и установок. В процессе правокультурной деятельности личность приобретает или развивает свои правовые знания, умения, навыки»¹³.

Через правовую пропаганду осуществляется и формирование правовой культуры, одним из признаков которой называют определяющее влияние на социализацию личности¹⁴. С помощью правовой пропаганды формируется определенный образец поведения, а новые трансформационные изменения правовой пропаганды современности отличаются положительной обратной связью, когда один процесс усиливает другой и они взаимозависимы, например семейные ценности служат основой

⁸ Федеральный закон от 23.11.2024 № 401-ФЗ «О внесении изменений в статью 6.21 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» // СЗ РФ. 2024. № 48. Ст. 7208.

⁹ СЗ РФ. 1999. № 14. Ст. 1650.

¹⁰ Закон Республики Мордовия от 07.08.2023 № 58-З «О запрещении склонения к искусственному прерыванию беременности на территории Республики Мордовия» // Известия Мордовии. 2023, 11 августа.

¹¹ Закон Тверской области от 09.11.2023 № 50-30 «О запрещении склонения к искусственному прерыванию беременности на территории Тверской области» // Тверские ведомости. 2023, 15–21 ноября.

¹² Распоряжение Минздрава МО и Минсоцразвития МО от 29.01.2025 № 32-Р/20РВ-34 «Об утверждении Правил сообщения информации при подозрении или выявлении у ребенка инвалидизирующей патологии или риска ее развития (в том числе внутриутробно) на территории Московской области» // Официальный сайт Министерства здравоохранения Московской области. URL: <http://mz.mosreg.ru> (дата обращения: 02.02.2025).

¹³ Лелюх В. Ф., Чванова Л. В. Феномен правовой культуры личности: понятие, история и современность // Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. Т. 1. № 2 (58). С. 261–277.

¹⁴ Зорченко С. А. Формирование правовой культуры личности в трудовом коллективе : дис. ... канд. юрид. наук. Минск, 1982.

для формирования патриотизма у молодежи, в том числе если речь идет об идеологическом патриотизме¹⁵.

Настоящий период трансформации можно охарактеризовать как сложный, поскольку наряду с позитивным посылом большого массива нормативно закреплённой пропаганды остаётся неискорённой негативная коннотация данного термина. При исследовании концепта «пропаганда» в современной лингвистике путем ассоциативного эксперимента была подтверждена негативная коннотация пропаганды в сознании общества с сохранением ассоциации с манипуляцией, обманом и распространением искаженной информации¹⁶. Связанная с советской действительностью идеологема «пропаганда» тоже приобрела отрицательную коннотацию, а идеологическая переориентация концептов политической сферы проходит непросто, тем не менее отмечается стремление реабилитировать лексику, вернуть ее в речевой обиход, избавившись от идеологических советских нарщений¹⁷. Специалисты по лингвистической экспертизе, рассматривая категорию пропаганды в качестве лингвистически определяемого понятия, утверждают, что, будучи термином законодательства, категория пропаганды испытывает влияние семантики слова «пропаганда» как единицы, принадлежащей литературному русскому языку. Так, А. Н. Баранов и П. Б. Паршин обоснованно полагают, что у значительной части членов языкового коллектива (то есть носителей определенного языка и сопряженной с ним культуры) имеется интуитивное представление о том, что такое пропаганда¹⁸.

Как верно указывают философы Р. Х. Кочесов и Л. М. Культурбаева, которыми проведено сравнительное исследование пропаганды и идеологии, «сама по себе пропаганда не может быть ни добром, ни злом. Всё дело в том, что именно пропагандируется, в каких целях и т.п., иными словами в идеологии. Целью же

идеологической работы является формирование определенных убеждений»¹⁹. Таким образом, у созидающей пропаганды цели благие, такая пропаганда воодушевляет, воспитывает, информирует, учит гармоничному сосуществованию в обществе. Поскольку позитивная пропаганда влияет на социализацию личности, она может обратить любой процесс в нужное русло. В текущий период та пропаганда, которая получила широчайшее отображение в российском законодательстве, содействует объединению людей вокруг общих ценностей, сплочению общества. Находящиеся в рамках правового поля стимулирование государством позитивной пропаганды и запрет (ограничение) деструктивной направлены на реализацию единых целей, способствуют социальной гармонии, согласию и единству в обществе, формированию общих ценностей, противодействию деструктивному поведению, созданию чувства национальной идентичности. Результатом такого рода пропаганды становится сложившаяся у адресата ее воздействия ценностная компетентность (как результат социализации).

К признакам социализирующей функции пропаганды в российском праве считаем возможным отнести:

— нормативную оформленность. Это важный признак, поскольку мы анализируем пропаганду, получившую нормативное закрепление в российском праве, не стремясь уйти в политологические технологии и социологические исследования. Нормативная оформленность пропаганды и ее последующий социализирующий эффект четко коррелируют с правовой политикой и теми целями государства, которые оно ставит в настоящий момент перед собой;

— способность создать деятельностный компонент, установить определенный паттерн поведения, сформировать гражданскую позицию и социально активное поведение. Данный эффект может быть ориентирован как

¹⁵ См., например: Цыплакова С. М., Цыплаков Д. А. Семейные ценности в контексте воспитания патриотизма // Новосибирский временник. 2024. № 1. С. 46–49.

¹⁶ Малеткина М. В. Смысловое наполнение концепта «пропаганда» в современном языковом сознании // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. 2024. № 22. С. 226–234.

¹⁷ Кутенева Т. А. Смысловая динамика лексем «пропаганда» и «агитация» в русском языке // Политическая лингвистика. 2008. № 1 (24). С. 106–114.

¹⁸ Баранов А. Н., Паршин П. Б. Категория пропаганды в лингвистической экспертизе текста // Теория и практика судебной экспертизы. 2017. Т. 12. № 2. С. 53–65.

¹⁹ Кочесов Р. Х., Культурбаева Л. М. Идеология и пропаганда: проблемы соотношения // Гуманитарный научный вестник. 2025. № 1. С. 207.

на непосредственно близкий по времени деятельностный компонент, так и на отложенный на будущее, например формирование у молодежи значимости семейных ценностей и приоритетности института брака. Значимость деятельностного (поведенческого) компонента в понимании пропаганды подчеркивалась не раз и в официальных актах. Так, еще в 2014 г. Конституционный Суд РФ, разъясняя соотношение пропаганды со смежными категориями, указывал, что «понятие “пропаганда” предполагает активные публичные действия по формированию в сознании установок и (или) стереотипов поведения либо деятельность, имеющую цель побудить или побуждающую лиц, которым она адресована, к совершению каких-либо действий или к воздержанию от их совершения»²⁰;

— направленность на достижение значимых для государства и общества целей. В современных диссертационных исследованиях подчеркиваются такие признаки правовой политики в сфере охраны и защиты традиционных российских духовно-нравственных ценностей, как ценностно-идеологический характер, подчиненность ее ключевых задач суверенному цивилизационному развитию Российской Федерации и консолидирующий потенциал²¹;

— связь с личными интересами и ценностями. Несмотря на предыдущий пункт о целях, важных для государства и общества, активно прослеживается и значение пропаганды в социализирующем процессе с личными интересами и ценностями, что делает социализацию более эффективной и отображающей восприятие личностью своего социального благополучия. Тем не менее все эти процессы встроены в процесс консолидации российского общества, преодоления имеющейся атомизации — разрыва социальных связей (дружеских, семейных, соседских), роста индивидуализма, пренебрежения правами других, — названной в п. 3 Основ государственной культурной политики²² одним

из наиболее опасных для будущего России возможных проявлений гуманитарного кризиса.

Учитывая последний признак, можно выделить цели, как общие, так и специальные. Общие цели социализирующей функции всей пропаганды, закрепленной в российском праве, отвечают основным запросам социальной и политической стабильности, безопасности государства.

Специальные цели социализирующей функции конкретного вида пропаганды, соответственно, более узконаправленные и точечные, например:

— цели пропаганды ценности семьи, имеющей несколько детей, — создание многодетной семьи, укрепление социальных связей, повышение демографических показателей в стране и т.д.;

— цели пропаганды позитивного отцовства и материнства — сознательное и осознанное отношение к своей роли как родителя и гражданина, забота о репродуктивном здоровье, создание в семье доверительных отношений, основ для духовно-нравственного воспитания и развития ребенка и др.

В зависимости от необходимого для их достижения временного промежутка цели делятся на ближайшие и перспективные. Например, М. А. Куликов, исследуя вопросы манипулирования целями и средствами в правовом регулировании, указывает, что ближайшая юридическая цель отражает «наиболее актуальные, серьезные текущие проблемы, которые необходимо разрешить имеющимися правовыми средствами. Перспективная же правовая цель предполагает создание определенных возможностей и условий для своей реализации, и ее достижение, как правило, связывается с достижением ближайших юридических целей»²³.

В настоящее время перспективными целями выступают повышение демографических показателей, рождаемости, сохранение и развитие

²⁰ Постановление Конституционного Суда РФ от 23.09.2014 № 24-П «По делу о проверке конституционности части 1 статьи 6.21 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в связи с жалобой граждан Н. А. Алексеева, Я. Н. Евтушенко и Д. А. Исакова» // СЗ РФ. 2014. № 40 (ч. III). Ст. 5489.

²¹ Устиленцев К. А. Правовая политика в сфере охраны и защиты традиционных российских духовно-нравственных ценностей : дис. ... канд. юрид. наук. М., 2024. С. 14–15.

²² Указ Президента РФ от 24.12.2014 № 808 (ред. от 25.01.2023) «Об утверждении Основ государственной культурной политики» // СЗ РФ. 2014. № 52 (ч. I). Ст. 7753.

²³ Куликов М. А. Манипулирование целями и средствами в правовом регулировании: проблемы теории и практики : дис. ... д-ра юрид. наук. М., 2023. С. 63.

национальной культуры, поддержание духовного единства и стабильности в обществе, в то время как ближайшими целями становятся увеличение численного состава семьи, укрепление традиционных ролей супругов, более раннее заключение брака молодыми парами, увеличение числа зарегистрированных браков.

Результатом процесса социализации личности, который сегодня проходит в том числе благодаря позитивным видам пропаганды, будем считать социализированность (как некий идеальный результат данного процесса, включающий социальную сформированность, адаптированность в обществе с учетом современного ценностного подхода).

Показателями социализированности, на наш взгляд, являются:

- уровень ценностной компетентности;
- сформированный поведенческий компонент в виде правомерного поведения личности.

Правовое регулирование пропаганды в российском праве развивается посредством:

1) превентивного регулирования, направленного на недопущение чего-либо (все запреты пропаганды и ограничения);

2) регулирования, направленного на активизацию и стимулирование процессов (пропаганда семьи с несколькими детьми, осознанного материнства (отцовства), здоровой конкуренции, честного предпринимательства, экологической культуры и др.).

Полагаем целесообразным выделить следующие виды пропаганды, которые оказывают социализирующее воздействие на личность и проявились в современном российском праве:

- пропаганду, направленную на поддержание традиционной модели семьи;
- пропаганду здорового образа жизни;
- пропаганду истории и ценностей культуры народов РФ;
- пропаганду лучших достижений в сфере науки, образования, культуры;
- пропаганду нетерпимого отношения к коррупционному поведению (антикоррупционная пропаганда) и др.

Данная классификация основана на таких признаках оказывающей социализирующее воздействие пропаганды, как ее отражение в

норме действующего законодательства, направленность на формирование правомерного поведения, ценностно ориентированный характер, максимально желательный для государства результат ее осуществления, направленность как на отдельную личность, так и на общество в целом.

На примере введения в правовое поле новых видов пропаганды (как запретов деструктивной, так и стимулирования созидательной пропаганды) можно наблюдать на современном этапе развития российского законодательства активный процесс юридикации моральных и этических норм, который был значительно усилен упомянутым нами ранее Указом Президента РФ от 09.11.2022 № 809. Всё это не могло не сказаться на правоприменительной практике, и нужно отдать должное правоприменителю, который, стоя на страже обозначенных традиционных ценностей, зачастую совершенно справедливо усматривает злоупотребление и даже спекулирование ими и не допускает подобного своими властными актами. Примеров тому немало, самыми многочисленными, пожалуй, остаются случаи наложения административного штрафа за факты пропаганды нетрадиционных сексуальных отношений, совершенные с применением Интернета, когда граждане в открытом доступе для просмотра неограниченным кругом лиц (чаще всего в группах известных мессенджеров и каналов) размещают фото и посты с положительной оценкой нетрадиционных сексуальных отношений, обосновывая их как естественные, формируя их привлекательный образ²⁴, либо принимают участие в соответствующих тематических вечеринках²⁵. Суды в своих актах отмечают угрозу демографическому росту, экономическому развитию страны и обществу в целом, подчеркивая противоречие такой пропаганды нормам, закрепленным в новой редакции Конституции РФ, то есть делая акцент на ее антиконституционном характере.

Немалую долю составляют дела о ликвидации религиозных организаций, принуждающих к разрушению семьи, системы нравственных ценностей человека, затрагивающих публично-правовые интересы²⁶. В правоприменительной

²⁴ Например: решение Московского городского суда от 21.02.2024 по делу № 7-2116/2024 (УИД 77RS0019-02-2023-004950-33).

²⁵ Решение Московского городского суда от 23.07.2024 по делу № 7-11054/2024 (УИД 77RS0014-02-2023-019573-79).

²⁶ Решение Красноярского краевого суда от 24.10.2022 № 3А-1/2022 (УИД 24OS0000-01-2020-000829-11).

практике имеются примеры, хотя и не носящие массового характера, но обращающие на себя внимание ввиду выполнения правоприменителями своей функции с учетом курса на традиционные ценности и важности неискажения данных понятий. Так, отказывая в удовлетворении ходатайства о представлении к награждению медалью ордена «Родительская слава», суды нередко указывают, что истец должен соответствовать требованиям, предъявляемым к социально ответственной семье, ведущей здоровый образ жизни, обеспечивающей надлежащий уровень заботы о здоровье, образовании, физическом, духовном и нравственном развитии детей²⁷.

В делах по заявлениям о признании недействительными решений антимонопольного органа об установлении факта нарушения положений Закона «О рекламе»²⁸ часто подчеркиваются неэтичность рекламы в контексте защиты традиционных семейных ценностей и недопустимость применения подхода исходя из своего собственного понимания блага, противоречащего российскому законодательству (например, на рекламном щите в Екатеринбурге была размещена цитата из религиозного текста о запрете развода и заключении брака с разведенными)²⁹, либо когда реклама содержит зрительную и текстовую информацию, направленную на укрепление семьи и построение семейных отношений на чувствах взаимной любви и уважения (например, упоминание любовницы в рекламе как нормы социального поведения мужчины, что оскорбительно для института семьи в целом и института брака в частности, как и для нравственно ориентированных участников данного института; суд кассационной инстанции счел необходимым отметить, что освещение аморального поведения в рекламе — факта наличия любовницы и нормальности приобретения для нее жилья — являлось центральным и было направлено на привлечение внимания потребителей, что недопустимо³⁰).

Обращение правоприменителя к нравственным началам — это продиктованное запроса-

ми общества явление. Правоприменение как процесс динамический быстро реагирует на меняющуюся повестку дня. Отрадно, что ценностные ориентиры общественного сознания не остались незамеченными современным правоприменителем, а потому объектами превентивного воздействия в правоприменительных актах всё чаще становятся современная семья, здоровье нации, экологическая безопасность, культурные традиции и др.

Заключение

Несмотря на пока еще не до конца искорененную отрицательную коннотацию концепта пропаганды, следует согласиться с Э. Бернейсом, завершившим свою знаменитую работу словами, что пропаганда есть «по сути, современный инструмент, с помощью которого можно бороться за плодотворный труд и привносить порядок в хаос»³¹.

Итак, итоги воздействия позитивной пропаганды, получившей отражение в современном российском законодательстве, и выполнения ею социализирующей функции:

1) наличие сформированной ценностной компетентности как результата социализации отдельного субъекта, социальной группы;

2) успешно реализованная социализация — индикатор усвоенных социальных установок, которые встраиваются в систему всех процессов взаимодействия личности с обществом;

3) эффект пропаганды зависит напрямую от культурного уровня конкретного общества, в котором существует адресат пропаганды (так, восприятие уровня нормальности гендерных расстройств в России и за рубежом совершенно разное: то, что в России считается деструктивным поведением и запрещено действующим законодательством, иногда укладывается в рамки законного в международной практике, например пропаганда смены пола и отказа от деторождения, а также депатологизация различных явлений, например отказа от бинарного подхода к пониманию пола);

²⁷ Определение Третьего кассационного суда общей юрисдикции от 21.02.2022 № 88-2664/2022 (УИД 29RS0018-01-2021-002944-47).

²⁸ Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» // СЗ РФ. 2006. № 12. Ст. 1232.

²⁹ Решение Арбитражного суда Свердловской области от 23.01.2018 по делу № А60-61041/2017; постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 23.04.2018 № 17АП-3239/2018-АК.

³⁰ Постановление ФАС Московского округа от 19.04.2013 по делу № А40-108923/12-148-1042.

³¹ Бернейс Э. Пропаганда / пер. с англ. И. Ющенко. М.: Hippo Publishing, 2010. С. 166.

4) социализирующая функция пропаганды тесно связана с превентивной функцией и функцией моделирования, отвечающей за формирование поведения. Усвоенный опыт социализации может становиться регулятором поведения, как утверждают психологи³², что в последующем выстраивает для личности некую систему координат;

5) появление новых видов пропаганды в российском законодательстве — яркий пример контролируемой социализации, контролирующим субъектом логично выступает государство.

Таким образом, мы наблюдаем активное социализирующее значение пропаганды, непосредственно связанное с юридизацией мораль-

ных норм, примеры: юрисдикционный запрет пропаганды отказа от деторождения, внедрение пропаганды традиционных семейных ценностей и др. Представляется, что этот процесс будет разворачиваться и далее ввиду его социальной обусловленности и имеющегося потенциала для укрепления социальных связей. Как никогда ранее, сейчас законодатель устремился к регулированию не только антиобщественного, но и социально значимого поведения, что обусловило правовую регламентацию созидательной пропаганды, отражающей новые цели и стремления государства и непосредственно влияющей на обеспечение национальной безопасности страны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Азнагулова Г. М. Техногенные процессы и тенденции трансформации государственно-правовой идентичности личности // Журнал российского права. 2022. № 3. С. 22–34.

Баранов А. Н., Паршин П. Б. Категория пропаганды в лингвистической экспертизе текста // Теория и практика судебной экспертизы. 2017. Т. 12. № 2. С. 53–65.

Бернейс Э. Пропаганда / пер. с англ. И. Ющенко. М. : Hippo Publishing, 2010. 176 с.

Гаврилов В. Р., Лигинчук Ю. Г. Общественное здоровье как конституционная ценность // Юридическая наука и практика. 2024. № 2. С. 57–60.

Зорченко С. А. Формирование правовой культуры личности в трудовом коллективе : дис. ... канд. юрид. наук. Минск, 1982. 195 с.

Каропова 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.

Кочесоков Р. Х., Культурбаева Л. М. Идеология и пропаганда: проблемы соотношения // Гуманитарный научный вестник. 2025. № 1. С. 204–209.

Куликов М. А. Манипулирование целями и средствами в правовом регулировании: проблемы теории и практики : дис. ... д-ра юрид. наук. М., 2023. 413 с.

Кутенева Т. А. Смысловая динамика лексем «пропаганда» и «агитация» в русском языке // Политическая лингвистика. 2008. № 1 (24). С. 106–114.

Лелюх В. Ф., Чванова Л. В. Феномен правовой культуры личности: понятие, история и современность // Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. Т. 1. № 2 (58). С. 261–277.

Малеткина М. В. Смысловое наполнение концепта «пропаганда» в современном языковом сознании // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. 2024. № 22. С. 226–234.

Орлов И. Б. Сущность и механизмы пропаганды (От какого наследства мы отказываемся?) // Вопросы правоведения. 2009. № 1. С. 57–66.

Устиленцев К. А. Правовая политика в сфере охраны и защиты традиционных российских духовно-нравственных ценностей : дис. ... канд. юрид. наук. М., 2024. 214 с.

Цыплакова С. М., Цыплаков Д. А. Семейные ценности в контексте воспитания патриотизма // Новосибирский временник. 2024. № 1. С. 46–49.

Шамионов Р. М., Голованова А. А. Социальная психология личности : учеб. пособие для студентов вузов. 2-е изд., доп. и перераб. М. : Перо, 2017. 300 с.

Choukas M. Propaganda Comes of Age. Wash., 1965. 320 p.

³² *Шамионов Р. М., Голованова А. А.* Социальная психология личности : учеб. пособие для студентов вузов. 2-е изд., доп. и перераб. М. : Перо, 2017. С. 42.

REFERENCES

- Aznagulova GM. Technogenic processes and trends in the transformation of the state-legal identity of the individual. *Zhurnal Rossiyskogo Prava [Journal of Russian Law]*. 2022;3:22-34. (In Russ.).
- Baranov AN, Parshin PB. The category of propaganda in the linguistic examination of the text. *Teoriya i praktika sudebnoj ekspertizy*. 2017;12(2):53-65. (In Russ.).
- Bernays E. Propaganda. Translated from English. I. Yushchenko. Moscow: Hippo Publishing; 2010. (In Russ.).
- Choukas M. Propaganda Comes of Age. Wash.; 1965.
- Gavrilov VR, Liginchuk YuG. Public health as a constitutional value. *Yuridicheskaya nauka i praktika*. 2024;2:57-60. (In Russ.).
- Karepova SG, Nekrasov SV, Pinchuk AN. Propaganda as a method of influencing public consciousness: A general theoretical aspect. *Vestnik NGUEU*. 2020;4:212-229. (In Russ.).
- Kochesokov RKh, Kulturbaeva LM. Ideology and propaganda: Problems of correlation. *Gumanitarny nauchny vestnik*. 2025;1:204-209. (In Russ.).
- Kulikov MA. Manipulation of goals and means in legal regulation: Problems of theory and practice. Dr. Diss. (Law). Moscow; 2023. (In Russ.).
- Kuteneva TA. Semantic dynamics of the lexemes «propaganda» and «campaigning» in the Russian Language. *Political linguistics*. 2008;1(24):106-114. (In Russ.).
- Lelyukh VF, Chvanova LV. The phenomenon of legal culture of personality: Concept, history and modernity. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Kemerovo State University of Culture and Arts]*. 2014;2(58):261-277. (In Russ.).
- Maletkina MV. The semantic content of the concept of «propaganda» in the modern linguistic consciousness. *Psycholinguistic aspects of the study of speech activity*. 2024;22:226-234. (In Russ.).
- Orlov IB. What inheritance are we giving up? (The essence and mechanisms of propaganda). *Voprosy pravovedeniya*. 2009;1:57-66. (In Russ.).
- Shamionov RM, Golovanova AA. Social psychology of personality: A textbook for university students. 2nd ed., rev. and suppl. Moscow: Pero Publ.; 2017. (In Russ.).
- Tsyplakova SM, Tsyplakov DA. Family values in the context of fostering patriotism. *Novosibirskiy vremennik*. 2024;1:46-49. (In Russ.).
- Ustylentsev KA. Legal policy in the field of protection and protection of traditional Russian spiritual and moral values. Cand. Diss. (Law). Moscow; 2024. (In Russ.).
- Zorchenko SA. Formation of the legal culture of the individual among the personnel. Cand. Diss. (Law). Minsk; 1982. (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Тогузаева Екатерина Николаевна, кандидат юридических наук, доцент, заведующий кафедрой гражданского права и процесса Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского
д. 83, Астраханская ул., г. Саратов 410012, Российская Федерация
belana1@yandex.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Ekaterina N. Toguzayeva, Cand. Sci. (Law), Associate Professor, Head of the Department of Civil Law and Procedure, Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky, Saratov, Russian Federation
belana1@yandex.ru

Материал поступил в редакцию 17 марта 2025 г.
Статья получена после рецензирования 17 апреля 2025 г.
Принята к печати 15 марта 2026 г.

Received 17.03.2025.
Revised 17.04.2025.
Accepted 15.03.2026.