

УДК 32.019.52
EDN JMBVWD
DOI 10.17150/2308-6203.2024.13(2).286-302
Научная статья



Воспитание патриотических чувств: изучение отношения цифровой молодежи к политическим нарративам в социальных медиа

Дунас Д.В. , Гуреева А.Н. , Бабына Д.А. 

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
г. Москва, Российская Федерация

Автор, ответственный за переписку: Дунас Д.В., dunas.denis@smi.msu.ru

Аннотация. Продолжающаяся цифровая трансформация медиапотребления аудитории, отчетливо проявляющаяся на примере медиапрактик представителей цифровой молодежи, в контексте геополитической напряженности заострила вопрос трансляции информационных материалов патриотической направленности. Стороны, заинтересованные в распространении позитивного, формирующего устойчивую гражданскую позицию, контента, реагируют, с одной стороны, на запрос молодежи на глубокий информационный материал исторической, патриотической направленности, а с другой стороны, признают, что молодежная аудитория специфически воспринимает подобный контент. В статье представлены результаты фокусированных групповых интервью, посвященных восприятию контента патриотической тематики молодежной аудиторией социальной сети VK и мессенджера Telegram. В рамках фокус-групп обсуждалось содержание постов, затрагивающих российскую политику в контексте исторических, социокультурных и идеологических ценностей российского общества, то есть метанарративного повествования. Верификацию проходит метанарратив: «Россия — сильная страна, которая защищает свой суверенитет. В основе ее мощи — сильный лидер, устойчивый рубль, закон, порядок и безопасность». Фокусированные групповые интервью проведены в Москве среди учащихся колледжей и студентов вузов в возрасте от 17 лет до 21 года. Фокус-группы в целом демонстрируют устойчивые патриотические установки представителей цифровой молодежи, однако выявляют негативную реакцию на прямолинейные пропагандистские методы подачи информации.

Ключевые слова. Цифровая молодежь, патриотическое воспитание, социальные сети, контент-анализ, фокус-группы.

Финансирование. Исследование выполнено за счет средств гранта Российского научного фонда (проект № 22-18-00398).

Информация о статье. Дата поступления 09 апреля 2024 г.; дата поступления после доработки 27 апреля 2024 г.; дата принятия к печати 30 апреля 2024 г.; дата онлайн-размещения 30 июня 2024 г.

Original article

Nurturing Patriotic Feelings: Peculiarities of Digital Youth Attitude to Political Narratives in Social Media

Denis V. Dunas , Anna N. Gureeva , Dariana A. Babyna 

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation

Corresponding author: Denis V. Dunas, dunas.denis@smi.msu.ru

Abstract. The ongoing transformation of the audience's media consumption which is clearly seen in the Gen Z's media practices, has sharpened the widespread patriotic information issue in the context of geopolitical tension. The state, society, family, school, and university are interested in the dissemination of positive content that forms a stable civic consciousness. On the one hand, the demand of young people for in-depth information of historical and patriotic orientation, an on the other hand, the young audience specifically perceives such content. The article presents the result of focused group interviews on the perception of patriotic content by the young audience of VK social network and messenger Telegram. The focus groups discussed the content of posts touching on Russian politics in the context of historical, socio-cultural and ideological values of Russian society, i.e. metanarrative narrative. The metanarrative verified is "Russia is a strong country that defends its sovereignty. Its strength is based on a strong leader, stable ruble, law, order and security". Focused group interviews were conducted in Moscow among college and university students aged 17 to 21. Focus groups in general demonstrate stable patriotic attitudes of Gen Z representatives, but reveal a negative reaction to straightforward propaganda methods of information presentation.

Keywords. Generation Z, patriotic education, social media, content analysis, focused group interview.

Funding. The study was supported by a grant from the Russian Science Foundation (project No. 22-18-00398).

Article info. Received April 09, 2024; revised April 27, 2024; accepted April 30, 2024; available online June 30, 2024.

Введение: от патриотизма как ценности к патриотизму как национальной идее

Медиакоммуникационные практики российской молодежи и воспроизводимая ими медиакультура — важный инструмент формирования общественно-политической культуры общества, которое находится в условиях глобальных геополитических изменений. Усилия России по созданию нового мирового порядка, основанного на исторической спра-

ведливости, не могут не базироваться на широком спектре объективных и доказуемых превосходств России: экономической стабильности в условиях санкций, духовно-нравственной силе россиян на фоне «отмены России» в мир [1], устойчивости российской политической системы и безупречном лидерстве Президента, получившего 87,28 % голосов на выборах в марте 2024 г.

Однако вопросы роли медиакоммуникационных технологий в патри-

отическом воспитании молодежи по-прежнему представляются острыми [2]. Целью настоящей статьи является изучение отношения молодых россиян к патриотически ориентированному содержанию социальных сетей, а также попытка интерпретировать социальные установки молодежи в контексте общественно-политического развития России и его репрезентации в дискурсе медиа. Представляется важным определить патриотические и в целом ценностно-мировоззренческие установки молодежной аудитории медиа.

Для достижения первой цели был использован метод контент-анализа выбранных публикаций трех наиболее популярных среди представителей цифровой молодежи телеграм-каналов и публичных страниц VK, для достижения второй — метод фокусированных групповых интервью в четырех российских городах (Барнаул, Москва, Нижний Новгород, Ростов-на-Дону).

В 2010-е гг. одним из магистральных направлений в медиаполитике стало развитие технологий управления содержанием цифровых медиаплатформ [3; 4]. Законодательство в этой области включало в себя разработку принципов регулирования медиасферы, основанных на новых подходах: возможность ограничения свободы выражения в интересах уважения к человеку и его возрасту, вероисповеданиям, духовным и этическим традициям, на приоритете защиты прав и интересов детей, их физического и психического здоровья, а также морали [5; 6].

После принятия указа Президента РФ № 203 от 9 мая 2017 года, определяющего стратегическое

направление развития информационного общества до 2030 г., социальные сети стали объектом повышенного внимания со стороны государственных органов¹. Стратегия, оформленная документально, не только активизировала критический подход к анализу соцсетей, но и стала фундаментом для будущих нормативно-правовых актов в информационной сфере. В Стратегии обозначены политические задачи и инструменты их достижения, в том числе правовые механизмы. Особый акцент сделан на совершенствовании регулирования не только СМИ, но и других источников доступа к информации, которые не классифицируются как СМИ, например, новостных платформ в интернете. Документ подчеркивал значимость традиционных ценностей и принципов поведения, основанных на них.

В 2022 г. список традиционных ценностей российского общества окончательно обрел законодательное оформление. К традиционным ценностям в Указе Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей»² были

¹ Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 — 2030 годы. Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102431687> (дата обращения: 24.02.2024).

² Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей. Режим доступа: http://pravo.gov.ru/news/ob_utverzhdenii_osnov_gosudarstvennoy_politiki_po_sokhraneniyu_i_ukrepleniyu_traditsionnykh_rossiysk_101122/ (дата обращения: 24.02.2024).

отнесены среди прочего патриотизм, гражданственность, служение Отечеству и ответственность за его судьбу, историческая память и преемственность поколений, единство народов России.

Патриотизм фактически стал не просто одной из ценностей, а национальной идеей, поскольку как интегральное понятие включает в себя практически все перечисленные в указе Президента традиционные ценности [7]. По мнению В.В. Путина, среди ключевых ценностей, которые объединяют россиян, особо выделяется любовь к родной стране [8]. Это чувство присуще каждому россиянину и не требует изобретения [9].

Воспитание патриотизма: актуальные теоретические подходы

Понятие патриотизма имеет множество трактовок и определений. Обращаясь к различным словарям и энциклопедиям, можно найти целый ряд интерпретаций данного понятия. Согласно Советской исторической энциклопедии, патриотизм представляет собой любовь к родине и чувство ответственности за ее судьбу, проявляющееся в стремлении служить своему народу и защищать его интересы [10]. В Малом академическом словаре патриотизм описан как преданность отечеству и глубокое чувство, накопленное на протяжении веков и тысячелетий³. С.И. Ожегов в словаре русского языка говорит о патриотизме как о любви и преданности своему народу и отечеству [11]. Словарь по культурологии определяет патри-

отизм как нравственный принцип, сформированный на заре человечества и осмысленный уже античными философами⁴. Этнографический словарь раскрывает патриотизм как сложное явление общественного сознания, включающее в себя любовь к родине и проявляющееся в нравственных и политических принципах жизни людей [12]. В Педагогическом терминологическом словаре патриотизм трактуется как чувство любви к своей культурной среде и родной земле, которое является не только естественным, но и нравственным долгом и добродетелью [13]. Эти определения убедительно доказывают, что при дефиниции патриотизма распространение получают как чувственный аспект явления, так и рациональный, связанный с мыслью. Поэтому правильно говорить о патриотическом сознании как особом типе сосуществования чувственного переживания и мыслительной деятельности.

При описании патриотического сознания следует отметить его комплексность как на мировоззренческом, так и на социальном уровне. Онтологический аспект патриотического сознания связан с осмыслением социальных процессов, гносеологический — с пониманием культурного и исторического развития страны, аксиологический — с общественно выработанными ценностями, эмоционально-чувственный — с субъективными переживаниями и нюансами восприятия действительности, тогда как связанный с побуждением к действиям аспект формирует мотивацию личности участвовать

³ Патриотизм // Малый академический словарь. URL: <https://gufo.me/dict/mas/патриотизм>.

⁴ Патриотизм // Словарь по культурологии. URL: <https://gufo.me/dict/culturology/Патриотизм>.

в патриотически ориентированной деятельности [14]. Патриотизм возможно рассмотреть на личностном (любовь к Родине, поведение и самовыражение с учетом особого к ней отношения) и макроуровнеи(система фундаментальных коллективных ценностей) [14, с. 17–18].

Проблема воспитания чувства патриотизма является общемировой, причем отечественный опыт, рассматривается в качестве эффективного примера реализации санкционированных и поощряемых государством проектов, направленных на прославление значимых достижений прошлого [15]. Также выявляется особое значение для молодежи использования аксессуаров с государственной и религиозной символикой — в ретрансляции собственной идентичности, патриотических и религиозных чувств [16].

При этом Евросоюз сталкивается с иной в сравнении с Россией проблемой — трудностями в формировании наднациональных ценностей и общеевропейской идентичности, так называемого постнационального конституционного патриотизма, единого для всех стран восприятия ценностей прав человека и общечеловеческих свобод [17]. При попытке переосмысления концепции европейской молодежной политики решением проблем видится усиление гражданского сознания, основанного на чувстве ответственности [18].

Между тем в академической литературе в последние годы стал употребляться такой термин как «новый патриотизм». По мнению исследователей, в обществе наблюдается обесценивание понятия патриотизма и его ключевых значений в традиционном понимании, что связано с заме-

щением в среде цифровой молодежи идей самопожертвования и служения стране подвигами и достижениями в «обществе индивидов» [19].

В отечественной академической традиции под цифровой молодежью понимают молодое поколение россиян, родившихся в конце 1990-х и начале 2000-х гг. За рубежом термин стал употребляться уже в 1990-е гг. применительно к поколению, родившемуся после 1980-х гг. Синонимичными понятиями в зарубежном дискурсе выступают: «поколение Z», «цифровые аборигены», «цифровое племя», «цифровое поколение», «цифровые жители» «постмиллениалы» [20].

Понятие акцентирует внимание на представителях одного поколения, т. е. людей, родившихся в период активного развития процесса цифровизации, повлиявшим на их формирование и развитие. Понятие цифровая молодежь тесно связано с теорией поколений и позволяет выявить связь основных характеристик медиапотребления в цифровой среде с социокультурными и поведенческими особенностями представителей разных поколений.

У цифровой молодежи под влиянием новых технологий с рождения сформировались модели мышления и поведения, предполагающие цифровую грамотность и стремление к накоплению цифрового капитала. Среди ключевых отличительных признаков цифровой молодежи в процессе медиапотребления выделяют мотивацию удовлетворения потребностей, связанных с социализацией и самоактуализацией, в том числе получение одобрения, возможность интеграции и принадлежности к определенной группе. Другой реализуемой в медиапространстве

потребностью цифровой молодежи при использовании социальных медиа является необходимость просоциального поведения, проявления альтруизма, искоренения несправедливости в социальном мире [21].

Идея искоренения социальной несправедливости захватила молодежь многих стран мира, хотя зачастую социальное служение подменяется неолиберальными ценностями, гордостью за экономические достижения страны и борьбой за качество жизни граждан, что становится проявлением «нового патриотизма» [17; 18; 22]. Фрустрация ученых, вызванная отказом молодежи от общего в пользу частного, от духовного в пользу материального, привела их к размышлениям о необходимости пересмотра взгляда на стратегическую роль всех институтов социализации личности [22].

Компромиссом «нового патриотизма» стало признание ответственности, сознательной позиции гражданина с развитым чувством долга перед родиной. Развитие социальной активности и гражданской вовлеченности следует в одном ряду с духовными ценностями, способностью воплотить потенциал личности в строительство процветающего государства, защищающего его основополагающие интересы и способствующего устойчивому развитию [19].

При таком рассмотрении «новый патриотизм» возрождает «старый» патриотизм, но с новой силой [23]. По мнению исследователей, развитию патриотических идей может служить переход от философии патриотизма к религии, отрицающий политические методы решения проблем и акцентирующий внимание на

культурных основах общества [24]. Современное молодое поколение, к которому и должны быть направлены новые форматы патриотического воспитания, откликается прежде всего на качественный визуальный контент в социальных сетях [25]. Цифровые медиатехнологии действительно изменили участие молодежи в политической жизни общества [26], подтвердив, что чувство патриотизма может быть воспитано медиатехнологиями [27]. Например, обосновано, что контент в социальных сетях, который вызывает ностальгию, тесно связан с патриотизмом, поскольку ностальгия заставляет представителя аудитории медиа испытывать чувство тоски по своему прошлому, личному опыту, периоду детства, то есть вызывать глубокие и по своей сути патриотические чувства [28].

Эмпирическое исследование: описание методов и представление результатов

На предыдущих этапах исследования был проведен контент-анализ, который предполагал изучение содержания представленных постов и формулирование метанарративов. Под метанарративом понимается стереотипизированный и абстрагированный культурный код, соотносимый с доминирующей системой ценностей и государственной идеологией, системой ценностей общества, нормами морали и другими весомыми для конкретных культур детерминантами макротекста [29].

В ходе контент-анализа была изучена повестка дня следующих телеграм-каналов и публичных страниц ВК: «Топор 18+» — 163 поста,

«Не Моргенштерн» — 164 поста, «Кровавая барыня» — 142 поста, «Леонардо Дайвинчик» — 96 постов, «Рифмы и панчи» — 283 поста и «Овсянка, сэр!» — 286 постов (см. [29]). В общей сложности было изучено 1134 публикации на неделе с 20 по 26 июня 2022 г.

Наиболее часто встречающимся во всей повестке недели был метанарратив «Россия — сильная страна, которая защищает свой суверенитет. В основе ее мощи — сильный лидер, устойчивый рубль, закон, порядок и безопасность», обнаруженный в 21,7 % публикаций или 404 постах.

В период с 25 октября по 10 ноября 2023 г. в Москве как столице и городе, сосредоточившем наибольшее число учащейся молодежи, со студентами вузов и колледжей было проведено два фокусированных групповых интервью, которые были посвящены специфике восприятия молодыми людьми в возрасте от 17 лет до 21 года содержания публикаций популярных у молодежи неинституционализированных медиа.

Количество участников в каждой варьировалось от восьми до десяти респондентов, всего в верификации метанарратива приняло участие 18 респондентов.

Состав участников каждой группы был смешан по полу в равной пропорции и предусматривал широкий спектр получаемого участниками образования (естественного, технического и гуманитарного). Все участники должны были быть подписчиками по крайней мере одного-двух сообществ в социальной сети VK из числа наиболее популярных у молодежи и одновременно хотя бы одного-двух популярных телеграм-каналов. Состав участников каждой группы был

смешан по полу в пропорции 50:50 и предусматривал широкий спектр получаемого участниками образования (естественнонаучного, технического и гуманитарного).

При проведении фокус-группы участникам по порядку демонстрировалась группа постов (от четырех до восьми). Было предложено внимательно прочитать эти посты, посмотреть на их элементы: заголовок, подзаголовок, иллюстрацию, хэштэги и эмодзи и ответить на вопрос, какую повестку они создают, какая идея их объединяет. Далее зачитывалось содержание медиаре-презентации метанарратива, сформулированного исследовательской командой, и модератор спрашивал о том, согласны ли респонденты с этим обозначением. Другие вопросы касались эмоций, которые вызывают публикации, частоты встреч с публикациями, с которыми респонденты не согласны; причин быть подписчиком каналов и сообществ, с которыми не согласны; случаев, когда публикация заставила бы респондентов или их окружение пересмотреть свое мнение или поведение

Средняя продолжительность фокус-групп составила 86 мин. (минимальная — 75 минут, максимальная — 96 мин.).

В каждой фокус-группе и городе ввиду ограниченности ресурсов на проведение полевого социологического исследования проверялось по одному метанарративу из каждой группы метанарративов. Таким образом, в каждом городе был проверен не каждый метанарратив, но каждая группа, внутри которой есть как противоречащие друг другу метанарративы, так и близкие по смыслу.

Сформулированные исследователями на предыдущих этапах метанарративы были распределены по четырем группам («небезопасные», «политические», «стиль жизни» и «традиционные ценности»). В каждой группе дополнительно были выделены обязательные и факультативные метанарративы. В данной статье представлены результаты изучения группы «политических» метанарративов, что соответствует целям настоящего исследования.

В статье приведены примеры прямой речи респондентов. Цитаты приводятся с минимальным редактированием – в том виде, как они были произнесены участниками исследования.

Верификация метанарратива «Россия — сильная страна, которая защищает свой суверенитет. В основе ее мощи — сильный лидер, устойчивый рубль, закон, порядок и безопасность»

Для верификации и обсуждения данного метанарратива участникам предлагалась подборка из шести публикаций, разделенных случайным образом на два листа, в которой затрагивались такие инфоповоды, как публикации о положительной оценке иностранцев внешней и внутренней политики России, высказывание Дмитрия Rogozina об ответных санкциях в отношении США в сфере космонавтики, падении курса доллара на Мосбирже до уровня июля 2015 г. (первый лист), проведение праздника «Алые паруса», поздравление Президента с выпускными вечерами и фото московского неба, окрасившегося в цвета российского флага (второй лист). Участникам фокус-групп предлагалось сначала самим сформулировать идею,

которая может объединять эти публикации, и только затем прокомментировать формулировку медиарепрезентации метанарратива, данную исследовательской группой. В ходе обсуждения участники фокус-групп также должны были выразить свои эмоции и чувства в отношении предложенных публикаций, согласиться или оспорить репрезентируемые публикациями идеи.

Несмотря на кажущуюся простоту задачи, поставленной перед участниками фокус-групп, она вызвала серьезные затруднения. Особенно непросто оказалось студентам колледжей и в меньшей степени студентам вузов выявить общий смысл предложенных публикаций, попробовать считать идею, которая их объединяет. Причем камнем преткновения стала сама возможность выявления концептуальной связи между информационными поводами и их репрезентацией. Ожидая получить конкретные развернутые ответы, позволяющие подтвердить или опровергнуть воздействие некоего предполагаемого нами «фрейма» на представителей цифровой молодежи, мы столкнулись с ощутимой сложностью для молодых людей осмыслить информацию вне заданных модератором рамок, но при этом — с неприятием любых рамок и установок, имеющих кажущийся им манипулятивный потенциал.

В этой связи интерес представляют не столько ответы на поставленные нами вопросы, сколько сам ход мысли респондентов, что оказало ключевое влияние на выводы, к которым мы пришли в результате исследования.

Поставленная в самом начале интервью задача выявить объединяю-

щую публикации идею оказалась затруднительной. Наименее успешно с ней справились студенты колледжей: *«Я просто бы сказал, что основной составляющей всех этих новостей являются люди. Я затрудняюсь пока ответить»* (колледж).

В то же время студенты вузов, хотя и испытывали некоторые затруднения, все же находили в постах что-то общее: *«Я бы объединила все эти посты одной фразой: “Россия, вперед!”»* (вуз).

Осознав, что обобщающая идея действительно присутствует, для студентов обеих групп общей тенденцией стала попытка найти закономерность в разделении публикаций на демонстрационные листы. Однако, публикации были разделены по демонстрационным листам в случайном порядке. Студенты выдвигали и обосновывали аргументы наличия смысловых связей: *«Первая — это экономика. Вторая, это просто какой-то патриотизм»* (вуз); *«Получается, на первом листе это новости более какие-то интернациональные. Что у нас думают американцы, китайцы, что-то еще, потом ответ западу, курс доллара, например. А на втором листе мы видим новости просто про Россию, про выпускной, про школу, небо Москвы раскрасилось в триколор»* (колледж).

Тем не менее студенты вузов после недолгой дискуссии все же определили то общее, что могло объединить все посты: *«Соглашусь со всеми ребятами, которые говорили про патриотизм, что все шесть постов объединяет патриотическая идея»* (вуз), *«Поддержание уровня патриотизма, наверное, среди зуммеров»* (вуз).

Более того, студенты вузов, не удовлетворившись прямой трактовкой смыслового содержания постов как слишком примитивной, обратились к поискам скрытого смысла: *«Мне кажется, что все эти посты объединяет ирония. Здесь сплошная ирония, причем во всех деталях. Насмешка как раз-таки над вот этой идеей сверхпатриотизма»* (вуз).

В то же время студенты колледжей воспринимали эти посты более прямолинейно, фактически выявляя природу информационных поводов, которые легли в основу публикаций: *«Положительные новости про Россию», «Новости это, а не смешные картинки. И патриотичные взгляды»* (колледж). Примечательно, что финальный тезис о патриотизме как объединяющей идее не встретил поддержки среди студентов колледжей, в целом корректно определявших идеологическое содержание отдельных постов, но сталкивавшихся с непреодолимыми трудностями при попытке их концептуального обобщения: *«Общее, во-первых, цепляющее название. Сразу в глаза бросается, и сразу хотим что-то прочесть»* (колледж), *«Все эти новости имеют информационно-политический характер»* (колледж).

Описанная коллизия позволяет предположить, что у учащихся колледжей понятие «патриотизм» оставалось во многом абстрактным, наполненным небольшим набором конкретных значений (например, «это когда за Родину умирают»), а примеры публикаций в соцсетях, которые предлагались к обсуждению, под это понятие не подходили. Однако альтернативной обобщающей концепции респонденты также не предложили,

что заложило основу предположения о наличии некоторых трудностей в процессе критического осмысления, синтеза и анализа информации, транслируемой посредством медиа у молодежи, в частности — у студентов колледжей как остро столкнувшихся с этой проблемой.

На следующем этапе была предложена формулировка медиарепрезентации метанарратива, к которой пришла исследовательская группа. Следует подчеркнуть, что, несмотря на то, что студенты и колледжей, и вузов критически восприняли формулировку, участники оценивали исключительно степень ее соответствия-несоответствия содержанию постов и не распространяли свое критическое отношение на заложенный в нее смысл: *«Во-первых, гордость за свою страну, когда я читаю это».* (колледж), *«Закон, порядок, безопасность. В принципе, да, все это у нас есть. Чуть-чуть нарушается...»* (колледж).

Студенты вузов, сумевшие выявить идею патриотизма как объединяющую представленные публикации, в отличие от учащих колледжей, испытывали при прочтении предложенной им формулировки в основном негативные эмоции.

Причин данного отторжения было две. Первая была связана с тем, что формулировка не соответствовала постам буквально, декларируя то, чего в них, по мнению участников фокус-групп не было: *«Там вообще про суверенитет ничего не было. Это уже другая тема совсем»* (вуз). Также студенты вузов попытались частично оспорить некоторые тезисы формулировки, выводя их за рамки общей концепции: *«Устойчивый рубль. Я молчу про*

то, что он вырос с 55 рублей до 100, так он еще и прыгает туда-сюда» (вуз).

Второй причиной неприятия формулировки оказалось ее казенное звучание, пропагандистский пафос, плохо коррелирующий с действительностью, по мнению респондентов: *«Они /слова формулировки/ максимально плакатные. То же самое, как в Советском Союзе было, или что-то подобное»* (вуз).

Соответственно, и переживаемые при восприятии формулировки эмоции заметно отличались от тех, что возникали при рассмотрении постов: *«Во мне это вызывает только гнев, потому что сразу видно, что посыл такой — внушить что-то человеку»* (вуз).

При этом участники отметили, что пафос формулировки заметно отличался от тональности самих постов, которые воспринимались ими достаточно нейтрально: *«Посты каждый трактует как хочет, а формулировка конкретно говорит. Все эти посты можно понять так, как эта формулировка (трактует — прим. авт)., а можно и по-другому как-то понять. То есть каждый сам для себя выбирает, как их понимать. Я вот восприняла посты нейтрально. Посты о жизни, о том, что сейчас происходит»* (вуз).

В конечном счете, чтобы примириться с формулировкой и избежать ощущения неоправданного пафоса, один из участников дискуссии в студенческой группе выдвинул предположение, что, вполне возможно, и посты, и данная формулировка являются насмешкой: *«Эти посты — это стёб. Эта формулировка — она подходит, если это тоже стёб. Но если это не стёб, то это про-*

сто как будто декларация из учебника обществознания» (вуз).

В случае с верификацией первого метанарратива «Россия — сильная страна, которая защищает свой суверенитет. В основе ее мощи — сильный лидер, устойчивый рубль, закон, порядок и безопасность» можно резюмировать, что процесс понимания смысла постов данной группы протекал по-разному в двух группах участников. В группе студентов вузов было сразу определено, что предложенные посты связаны патриотической тематикой. В группе учащихся колледжей, посты были восприняты как набор положительных новостей про Россию. Эмоции, которые испытывали участники обеих групп при восприятии постов, носили позитивный характер.

После ознакомления с формулировкой группы постов и студенты вузов и учащиеся колледжей заявили, что формулировка не соответствует содержанию постов, поскольку в постах нет ничего ни про закон, ни про порядок, ни про безопасность, ни про суверенитет. Не были они согласны и с содержанием устаревшего поста и, соответственно, с той частью формулировки, где говорилось про сильный рубль. Протест против «назидательности» формулировки выражался не только и не столько в эмоциональной реакции на форму сообщения, сколько в попытке опровергнуть ее через детали, причем не сами по себе как ложные, а как не содержащиеся буквально в каждой предложенной публикации, что представляло собой своеобразную пародию на фактчекинг. Последнее было особенно актуально в случае студентов вузов, пытающихся критически осмыслить тезис, не восприняв и не оценив его с точки зрения объективности или соот-

ветствия реальности. Студенты колледжей, в свою очередь, реагировали на формулировку положительно.

Выводы

Сегодня роль медиа в формировании общественного мнения усиливается потребностью в современных методах воспитания патриотических чувств среди представителей молодежи, в формировании у граждан патриотических и гражданских чувств, которые способны консолидировать общество, способствовать восприятию общих национальных целей и ценностей как доминирующих в ценностной сфере каждого человека и народа в целом. Это актуализирует потребность в развитии образовательного и воспитательного потенциала медиа, которые должны быть ориентированы на формирование патриотического и гражданского сознания как ключевых ценностей [30; 31; 32]. Особенно сложной эта задача представляется в отношении современной молодежи, медиапотребление которой сосредоточено преимущественно в социальных медиа.

Набирающая оборот дискуссия о важности развития медиаграмотности и критического мышления, в том числе и с целью воспитать в молодежи глубокие патриотические чувства, как показывает данное исследование, оказывается далеко не беспочвенной, однако реализация весьма полезного замысла сталкивается с довольно неожиданными проблемами. Критическое мышление респондентов выражалось в неприятии «назидательного» тона, «плакатных» фраз — формулировок медиарепрезентаций метанарративов, которые по форме и тональности представляли из себя ней-

тральные утверждения. Привыкшая к тщательно подобранному тону общения (*tone-of-voice*), молодежь готова отрицать едва ли не любое утверждение, не имеющее под собой попытки скрыть или завуалировать суть сообщения [33].

Являясь по своей сути патриотами России, приветствующими победы страны и искренне негодующими в случае обнаружения несовершенств в ее системе, студенты крайне болезненно воспринимали попытки задать строгую и буквальную рамку восприятия фрейминг — в том виде, в котором он традиционно понимается. Абстрактное мышление, способность обобщать и структурировать потребляемую, даже заранее обработанную и сгруппированную, информацию оказались слабым местом респондентов, что было особенно заметно на примере студентов колледжей.

В связи с этим мы полагаем, что в случае цифровой молодежи эффект фрейминга может быть подвергнут сомнению, ведь именно его негативно воспринимающие пропаганду как таковую молодые люди научились чувствовать — и начали эмоционально отрицать вне зависимости от внутреннего согласия или несогласия с содержанием условно предполагаемого фрейма.

При этом, как показали результаты проведенных фокус-групп, цифровая молодежь в целом считает

публикации в социальных медиа как «патриотические» и интерпретирует их в соответствии с традиционными ценностно-мировоззренческими устоями. Пропагандистский пафос и в тоне публикаций, и в формулировке метанарратива считывался студентами, как правило, мгновенно и провоцировал два вида реакции: гнев или иронию. Рассуждая о природе патриотизма, интерпретируя само понятие, его смысловое наполнение, респонденты демонстрировали положительные эмоции.

Очевидно, что при патриотическом воспитании цифровой молодежи в среде социальных сетей следует обращаться к ненавязчивым способам и медиатехнологиям, инструментам «мягкой» силы, которая стала принимаемой нормой для них за годы воздействия нативной рекламы и продуктов поп-культуры. При этом важно учитывать как явные достижения образования, особенно высшего, — попытки осмыслить потребляемую информацию критически, проверять ее, обращать внимание на детали, так и недоработки — слабость абстрактного мышления, трудности при обобщении информации, а также контекстуальные особенности современной молодежи — затруднения при формировании собственной, четкой, осмысленной позиции и, следовательно, в выражении своего мнения.

Список использованной литературы

1. Дунас Д.В. Формируя теоретическую рамку «культуры отмены»: концептуальные истоки и актуальные интерпретации / Д.В. Дунас, А.Н. Гуреева, П.А. Киреева. — DOI 10.25205/1818-7919-2023-22-6-70-81. — EDN ZZQAPY // Вестник Новосибирского государственного университета Серия: История, филология. — 2023. — Т. 22, № 6. — С. 70–81.
2. Gureeva A. Mediatized by Policy and Demediatized in Practice: Representation of Russian Youth Policy in the Social Media Accounts of the Authorities 1 / A. Gureeva, P. Kireeva. — DOI 10.30547/worldofmedia.4.2023.4. — EDN RWXMJO // World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. — 2023. — No. 4. — P. 69–90.

3. Вартанова Е.Л. Меняющаяся архитектура медиа и цифровые платформы / Е.Л. Вартанова — DOI 10.30547/mediaalmanah.1.2022.813. — EDN GCSXXI // Меди@льманах. — 2022. — № 1(108). — С. 8–13.
4. Вартанова Е.Л. Медиа системы в контексте общественных процессов: переосмысление теоретической конструкции / Е.Л. Вартанова. — DOI 10.30547/mediaalmanah.2.2023.819. — EDN DTZVDH // Меди@льманах. — 2023. — № 2(115). — С. 8–19.
5. Вартанова Е.Л. Россия. Средства массовой информации. Медиаполитика / Е.Л. Вартанова, Д.В. Дунас // Научно-образовательный портал Большая российская энциклопедия. — URL: <https://bigenc.ru/c/rossiia-sredstva-massovoi-informatsii-mediapolitika-fe2351>.
6. Вартанова Е.Л. Российская медиа система в начале 2020 г.: вызовы эпохи неопределенности / Е.Л. Вартанова, Д.В. Дунас. — DOI 10.30547/mediaalmanah.6.2022.817. — EDN TXRYVQ // Меди@льманах. — 2022. — № 6(113). — С. 8–17.
7. Бабына Д.А. Репрезентация ценностей в повестке дня «цифровой молодежи» в социальных медиа / Д.А. Бабына. — EDN LTAOUQ // Актуальные проблемы медиаисследований : материалы XIII Междунар. науч.- практ. конф., Москва, 08 дек. 2023 г. — Москва, 2023. — С. 13–14.
8. Putin V. The Real Lessons of the 75th Anniversary of World War II / V. Putin // The National Interest. — 2020. — 18 June.
9. Свитич Л.Г. Освещение семейных ценностей в журналах для подростков / Л.Г. Свитич, Е.С. Тюрина. — EDN YQNRWX // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. — 2018. — Т. 1, № 4. — С. 208–223.
10. Панфилов Е.Г. Патриотизм / Е.Г. Панфилов // Советская историческая энциклопедия. URL: https://gufo.me/dict/history_encyclopedia/ПАТРИОТИЗМ.
11. Ожегов С.И. Патриотизм / С.И. Ожегов // Толковый словарь русского языка. — URL: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=20061>.
12. Крысько В.Г. Патриотизм / В.Г. Крысько // Этнографический словарь. — Москва, 1999. — URL: <https://gufo.me/dict/ethnographic/патриотизм>.
13. Бим-Бад Б.М. Патриотизм / Б.М. Бим-Бад // Педагогический энциклопедический словарь. — Москва, 2022. — URL: https://gufo.me/dict/pedagogy_terms/Патриотизм.
14. Bykov A.K. The Formation of the Spirit of Patriotism in Young People / A.K. Bykov. — DOI 10.1080/10611428.2012.11065473 // Russian Social Science Review. — 2012. — Vol. 53, no. 3. — P. 16–30.
15. Kończal K. Patriotic Histories in Global Perspective / K. Kończal, A.D. Moses. — DOI 10.1080/14623528.2021.1968136 // Journal of Genocide Research. — 2022. — Vol. 24, no. 2. — P. 153–157.
16. Wiltgren L.K. Youth Using National Symbols in Constructing Identities / L.K. Wiltgren. — DOI 10.1080/13676261.2013.815706 // Journal of Youth Studies. — 2014. — Vol. 17, no. 3. — P. 308–323.
17. Leconte C. L'Union Européenne et la Question du Patriotisme Constitutionnel : Les Enseignements de L'affaire Haider / C. Leconte // Politique européenne. — 2006. — Vol. 2, no. 19. — P. 95–115.
18. Li X. Rethinking Youth Policy Model in Europe and its Constituents: Civic Learning and Civic Engagement / X. Li. — DOI 10.1080/17535069.2019.166713 // Urban Research & Practice. — 2019.
19. Ремарчук В.Н. «Новый патриотизм» в современной российской политике / В.Н. Ремарчук — EDN TSOAJ // Этносоциум и межнациональная культура. — 2014. — № 12(78). — С. 9–17.
20. Prensky M. Digital Natives, Digital Immigrants / M. Prensky // On the Horizon. — 2001. — No. 9(15). — P. 1–6.
21. Медиапотребление «цифровой молодежи» в России / С.А. Вартанов, Д.М. Вьюгина, А.Н. Гуреева [и др.]. — Москва : Изд-во: Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 2021. — 406 с. — EDN NVSIMM.
22. Roberts P.A. New Patriotism? Neoliberalism, Citizenship and Tertiary Education in New Zealand / P.A. Roberts. — DOI 10.1111/j.1469-5812.2008.00437.x // Educational Philosophy and Theory. — 2009. — Vol. 41, no. 4. — P. 410–423.

23. Стрельцов А.С. Об истоках русского патриотизма (ответ В.В. Грановскому) / А.С. Стрельцов. — EDN TGUYFF // Альманах Пространство и Время. — 2014. — Т. 7, № 1. — С. 19.
24. Голубева Л. «...глубь бездны и высший предел света» (С. Н. Булгаков) / Л. Голубева // Высшее образование в России. — 2002. — № 1. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/glub-bezdny-i-vysshiy-predel-sveta-s-n-bulgakov>.
25. Орлов В.В. «Новый патриотизм» и библиотека: виртуализация, визуализация, вербализация / В.В. Орлов. — EDN UYJUUL // Теория и практика общественного развития. — 2015. — № 21. — С. 295–298.
26. Гуреева А.Н. Социальные медиа и политика: к вопросу о переосмыслении природы политического участия молодежи / А.Н. Гуреева, Д.В. Дунас, О.В. Муронец. — DOI 10.30547/mediascope.3.2020.1. — EDN VXCHSR // Медиаскоп. — 2020. — № 3. — С. 1.
27. Дженкинс Г. Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа. / Г.С. Дженкинс. — Москва : РИПОЛ классик, 2019. — 384 с.
28. Дунас Д.В. Консенсус, «новый патриотизм» и эффект ностальгии в российской медиакulturе (опыт изучения молодежных сообществ в VK) / Д.В. Дунас, Е.А. Салихова, Д.А. Бабына. — DOI 10.17223/19986645/85/13. — EDN VQGQMV // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2023. — № 85. — С. 247–268.
29. Отражение метанарративов в молодежных онлайн-сообществах (на примере VK и Telegram) / Д.В. Дунас, Д.А. Бабына, О.А. Бойко [и др.]. — EDN NTKYIC // Журнал Сибирского федерального университета. Серия: Гуманитарные науки. — 2023. — Т. 16, № 12. — С. 2285–2297.
30. Возжеников А.В. СМИ как субъект формирования патриотизма и гражданской ответственности: исторический опыт и перспективы / А.В. Возжеников, А.Н. Кузнецов — DOI 10.21453/2311-3065-2022-10-1-107-118. — EDN BYYLXT // Коммуникология. — 2022. — Т. 10, № 1. — С. 107–118.
31. Демина И.Н. «Ценности» в российском научном дискурсе / И.Н. Демина. — DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(4).657-679. — EDN YIVTGJ // Вопросы теории и практики журналистики. — 2022. — Т. 11, № 4. — С. 657–679.
32. Демина И.Н. Экономическая массовая коммуникация и ценности "нового" поколения / И.Н. Демина. — EDN PUUTMX // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2013. — № 1. — С. 146–150.
33. Kuttschreuter M. Framing and Tone-Of-Voice of Disaster Media Coverage: The Aftermath of the Enschede Fireworks Disaster in the Netherlands / M. Kuttschreuter, J.M. Gutteling, M. de Hond. — DOI 10.1080/13698575.2011.558620 // Health, Risk & Society. — 2011. — Vol. 13(3). — P. 201–220.

References

1. Dunas D.V., Gureeva A.N., Kireeva P.A. Forming the Theoretical Framework of the "Cancel Culture": Conceptual Roots and Current Interpretations. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya, filologiya = Vestnik Novosibirsk State University. Series: History and Philology*, 2023, vol. 22, no. 6, pp. 70–81. (In Russian). EDN: ZZQAPY. DOI: 10.25205/1818-7919-2023-22-6-70-81.
2. Gureeva A. Mediatized by Policy and Demediatized in Practice: Representation of Russian Youth Policy in the Social Media Accounts of the Authorities1. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 2023, no. 4, pp. 69–90.
3. Vartanova E.L. Changing Media Architecture and Digital Platforms. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2022, no. 1, pp. 8–13. (In Russian). EDN: GCSXXI. DOI: 10.30547/mediaalmanah.1.2022.813.
4. Vartanova E.L. Media System in the Context of Social Processes: Rethinking the Theoretical Construct. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2023, no. 2, pp. 8–19. (In Russian). EDN: DTZVDH. DOI: 10.30547/mediaalmanah.2.2023.819.
5. Vartanova E.L., Dunas D.V. Russia. Mass Media. Media Policy. *The Great Russian Encyclopedia Scientific and Educational Portal*. Available at: <https://bigenc.ru/c/rossiia-sredstva-massovoi-informatsii-mediapolitika-fe2351>. (In Russian).

6. Vartanova E.L., Dunas D.V. Russian Media System at the Beginning of 2020: Challenges in the Era of Uncertainty. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2022, no. 6, pp. 8–17. (In Russian). EDN: TXRYQQ. DOI: 10.30547/mediaalmanah.6.2022.817.
7. Babyna D.A. Representation of Values in the Agenda of “Digital Youth” in Social Media. *Current Problems in Media Research. Materials of the XIII International Scientific Conference, Moscow, December 08, 2023*. Moscow, 2023, pp. 13–14. (In Russian). EDN: LTAOUQ.
8. Putin V. The Real Lessons of the 75th Anniversary of World War II. *The National Interest*, 2020, 18 June.
9. Svitich L.G., Tyurina E.S. Coverage of Family Values in Magazines for Teens. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva = Vestnik of Volzhsky University after V.N. Tatischev*, 2018, vol. 1, no. 4, pp. 208–223. (In Russian). EDN: YQNRWX.
10. Panfilov E.G. Patriotism. *The Soviet Historical Encyclopedia*. Available at: https://gufo.me/dict/history_encyclopedia/ПАТРИОТИЗМ. (In Russian).
11. Ozhegov S.I. Patriotism. *Explanatory dictionary of the Russian Language*. Available at: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=20061>. (In Russian).
12. Krysko V.G. Patriotism. *Ethnographic Dictionary*. Moscow, 1999. Available at: <https://gufo.me/dict/ethnographic/патриотизм>. (In Russian).
13. Bim-Bad B.M. Patriotism. *Pedagogical Encyclopedic Dictionary*. Moscow, 2022. Available at: https://gufo.me/dict/pedagogy_terms/Патриотизм. (In Russian).
14. Bykov A.K. The Formation of the Spirit of Patriotism in Young People. *Russian Social Science Review*, 2012, vol. 53, no. 3, pp. 16–30. DOI: 10.1080/10611428.2012.11065473.
15. Kończal K., Moses A.D. Patriotic Histories in Global Perspective. *Journal of Genocide Research*, 2022, vol. 24, no. 2, pp. 153–157. DOI: 10.1080/14623528.2021.1968136.
16. Wiltgren L.K. Youth Using National Symbols in Constructing Identities. *Journal of Youth Studies*, 2014, vol. 17, no. 3, pp. 308–323. DOI: 10.1080/13676261.2013.815706.
17. Leconte C. L'Union Européenne et la Question du Patriotisme Constitutionnel: Les Enseignements de L'affaire Haider. *Politique européenne*, 2006, vol. 2, no. 19, pp. 95–115.
18. Li X. Rethinking Youth Policy Model in Europe and Its Constituents: Civic Learning and Civic Engagement. *Urban Research & Practice*. 2019. DOI: 10.1080/17535069.2019.166713.
19. Remarchuk V.N. “The New Patriotism” In Modern Russian Policy. *Etnosotsium i mezhnatsional'naya kul'tura = Etnosocium (Multinational Society)*, 2014, no. 12, pp. 9–17. (In Russian). EDN: TSOAJ.
20. Prensky M. Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 2001, no. 9, pp. 1–6.
21. Vartanov S.A., Vyugina D.M., Gureeva A.N., Dunas D.V., Kul'chitskaya D.Yu. *Media Consumption of “Digital Youth” in Russia*. Moscow, Lomonosov Moscow State University Publ., 2021. 406 p. EDN: NVSIMM.
22. Roberts P.A. New Patriotism? Neoliberalism, Citizenship and Tertiary Education in New Zealand. *Educational Philosophy and Theory*, 2009, vol. 41, no. 4, pp. 410–423. DOI: 10.1111/j.1469-5812.2008.00437.x.
23. Streltsov A.S. On The Russian Patriotism Sources (a Response to Victor V. Granovsky). *Al'manakh Prostranstvo i Vremya = The Almanac of Space and Time*, 2014, vol. 7, no. 1, pp. 19. (In Russian). EDN: TGUYFF.
24. Golubeva L. “...The Depth of the Abyss and the Highest Limit of Light” (S.N. Bulgakov). *Vysshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*, 2002, no. 1. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/glub-bezdny-i-vysshiy-predel-sveta-s-n-bulgakov>.
25. Orlov V.V. “The New Patriotism” and a Library: Virtualization, Visualization, Verbalization. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya = Theory and Practice of Social Development*, 2015, no. 21, pp. 295–298. (In Russian). EDN: UYJUUL.
26. Gureeva A.N., Dunas D.V., Muronets O.V. Social Media and Politics: Reinterpreting the Nature of Youth Political Participation. *Mediaskop = Mediascope*, 2020, no. 3, pp. 1. (In Russian). EDN: VXCHSR. DOI: 10.30547/mediascope.3.2020.1.
27. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York, New York University Press, 2006. 328 p. (Russ. ed.: Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Moscow, RIPOL klassik, 2019. 384 p.).

28. Dunas D.V., Salikhova E.A., Babyna D.A. Consensus, “New Patriotism”, and the Nostalgia Effect in Russian Media Culture (Based on the Experience of Studying Youth Communities on VK). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Tomsk State University Journal of Philology*, 2023, no. 85, pp. 247–268. (In Russian). EDN: VQGQMV. DOI: 10.17223/19986645/85/13.

29. Dunas D.V., Babyna D.A., Boyko O.A., Vartanov S.A., Vyugina D.M. Reflection of Metanarratives in Youth Online Communities (On the Example of VK and Telegram). *Zhurnal Sibirskogo federal'nogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki = Journal of Siberian Federal University. Humanities Sciences*, 2023, vol. 16, no. 12, pp. 2285–2297. (In Russian). EDN: NTKYIC.

30. Vozzhenikov A.V., Kuznetsov A.N. Mass Media as a Subject of Shaping the Citizens' Public Spirit: Historical Experience and Prospects. *Kommunikologiya = Communicology*, 2022, vol. 10, no. 1, pp. 107–118. (In Russian). EDN: BYYLXT. DOI: 10.21453/2311-3065-2022-10-1-107-118.

31. Demina I.N. “Values” in Russian Scientific Discourse. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2022, vol. 11, no. 4, pp. 657–679. (In Russian). EDN: YIVTGJ. DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(4).657-679.

32. Demina I.N. Economic Mass Communication and Values of “New” Generation. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii (Baykalskiy gosudarstvennyy universitet ekonomiki i prava) = Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy (Baikal State University of Economics and Law)*, 2013, no. 1, pp. 146–150. (In Russian). EDN: PUUTMX.

33. Kuttschreuter M., Gutteling J.M., de Hond M. Framing and Tone-Of-Voice of Disaster Media Coverage: The Aftermath of the Enschede Fireworks Disaster in the Netherlands. *Health, Risk & Society*, 2011, vol. 13, pp. 201–220. DOI: 10.1080/13698575.2011.558620.

Информация об авторах

Дунас Денис Владимирович — кандидат филологических наук, ведущий научный сотрудник, кафедра теории и экономики СМИ, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, dunas.denis@smi.msu.ru,  <https://orcid.org/0000-0002-8531-3908>.

Гуреева Анна Николаевна — кандидат филологических наук, доцент, кафедра теории и экономики СМИ, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, gureevaan@gmail.com,  <https://orcid.org/0000-0002-8991-0486>.

Дарьяна Александровна Бабына — аспирант, научный сотрудник, кафедра теории и экономики СМИ, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, daribabyna@gmail.com,  <https://orcid.org/0000-0002-0066-9674>.

Authors Information

Denis V. Dunas — PhD in Philology, Leading Researcher, Department of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, dunas.denis@smi.msu.ru,  <https://orcid.org/0000-0002-8531-3908>.

Anna N. Gureeva — PhD in Philology, Associate Professor, Department of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, gureevaan@gmail.com,  <https://orcid.org/0000-0002-8991-0486>.

Dariana A. Babyna — PhD Student, Researcher, Department of Media Theory and Economics; Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, daribabyna@gmail.com,  <https://orcid.org/0000-0002-0066-9674>.

Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the Authors

The authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Для цитирования

Дунас Д.В. Воспитание патриотических чувств: изучение отношения цифровой молодежи к политическим нарративам в социальных медиа / Д.В. Дунас, А.Н. Гуреева, Д.А. Бабына. — DOI 10.17150/2308-6203.2024.13(2).286-302. — EDN JMBVWD // Вопросы теории и практики журналистики. — 2024. — Т. 13, № 2. — С. 286–302.

For Citation

Dunas D.V., Gureeva A.N., Babyna D.A. Nurturing Patriotic Feelings: Peculiarities of Digital Youth Attitude to Political Narratives in Social Media. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2024, vol. 13, no. 2, pp. 286–302. (In Russian). EDN: JMBVWD. DOI: 10.17150/2308-6203.2024.13(2).286-302.