

Е.О. Цалко

ВЛИЯНИЕ ВОЗРАСТНЫХ СТЕРЕОТИПОВ РОССИЯН НА ОТНОШЕНИЕ К ПАТРИОТИЗМУ: ДИСКУРС СМИ И СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ

Сведения об авторе:

**ЦАЛКО
Екатерина
Олеговна,**

e-mail: etsalko@gmail.com
ORCID 0000-0002-4515-0059
SPIN-код: 4344-6961
AuthorID: 664533

AuthorID: 664533
кандидат социологических наук,

Российский государственный педагогический университет им А.И. Герцена,
адрес: 191186, Россия,
г. Санкт-Петербург,
наб. р. Мойки, д. 48

Аннотация. Цель статьи - анализ влияния возрастных стереотипов на представления о патриотизме, в том числе на представления, формируемые в медиа дискурсе.

Методы. Эмпирической базой исследования являются результаты полустандартизированных интервью (N = 48, осень 2023 г., Санкт-Петербург, Махачкала, Иваново, информанты дифференцировались по полу, возрасту и политическим предпочтениям), а также тематического анализа различных по идеологической направленности СМИ - «ЦарьГрад» (интернет-телеканал), газета «Правда» (КПРФ), телеграм-канал партии «Новые люди», газета партии ЛДПР.

На основе полученного материала изучена роль возрастных стереотипов как инструментов политической борьбы за переосмысление и изменение содержательного наполнения патриотизма. Автор придерживается подхода, рассматривая патриотизм как социально-конструируемую форму национальной идентичности и объект символической политики. При этом, разные политические акторы стремятся изменить его семантическую наполненность в общественном сознании. В результате обосновывается, что одним из инструментов создания и изменения патриотического дискурса являются возрастные стереотипы, понимаемые как устойчивые, эмоционально окрашенные, разделяемые представлениями о разных возрастных группах. Делается вывод, что возрастные стереотипы активно используются российскими политическими СМИ в формировании патриотической повестки, формируя представление о патриотизме различных поколений.

Ключевые слова: патриотизм, возрастные стереотипы, патриотический дискурс, поколенческий дискурс, символическая политика

Информация о финансировании: исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-01414 «Возраст и власть. Возрастная стереотипизация в современной российской политике».

Цит.: Цалко Е.О. Влияние возрастных стереотипов россиян на отношение к патриотизму: медиадискурс и социальные представления // Среднерусский вестник общественных наук. - 2024. - Том 19. - № 4. - С. 86-108. DOI: 10.22394/2071-2367-2024-19-4-86-108.- EDN: NONICW

© Цалко Е.О., 2024

**INFLUENCE OF AGE STEREOTYPES OF RUSSIANS ON THE ATTITUDE
TO PATRIOTISM: MASS MEDIA DISCOURSE AND SOCIAL PRESENTATIONS**

About the authors:

**Ekaterina O.
Tsalko**

e-mail: etsalko@gmail.com
ORCID 0000-0002-4515-0059
SPIN-код: 4344-6961
AuthorID: 664533

Herzen State Pedagogical
University
(Russian Federation,
Saint Petersburg)

Abstract. The purpose of the article is to analyze the influence of age stereotypes on ideas about patriotism, including ideas formed in media discourse.

Methods. The empirical basis of the study is the results of semi-standardized interviews (N = 48, autumn 2023, St. Petersburg, Makhachkala, Ivanovo, informants were differentiated according to gender, age and political preferences) as well as a thematic analysis of media outlets of various ideological orientations - Tsar-Grad (Internet TV channel), the Pravda newspaper (CPRF), the Telegram channel of the New People party, the LDPR party newspaper.

Based on the material obtained, the role of age stereotypes as instruments of political struggle for rethinking and changing the substantive content of patriotism was studied. The author adheres to the approach, considering patriotism as a socially constructed form of national identity and an object of symbolic politics. At the same time, various political actors seek to change its semantic content in the public consciousness. As a result, it is substantiated that one of the tools for creating and changing patriotic discourse are age stereotypes, understood as stable, emotionally charged, shared ideas about different age groups. It is concluded that age stereotypes are actively used by Russian political media in forming the patriotic agenda, forming the idea of patriotism of different generations.

Keywords: patriotism, age stereotypes, patriotic discourse, generational discourse, symbolic politics

Funding: the study was done at the expense of the Russian Science Foundation grant No. 23-28-01414 "Age and Power. Age Stereotyping in Modern Russian Politics".

For citations: Tsalko, E.O. (2024) Influence of age stereotypes of Russians on the attitude to patriotism: mass media discourse and social presentations. Central Russian Journal of Social Sciences. Volume 19, no.4, P.86-108. – DOI: 10.22394/2071-2367-2024-19-4-86-108. – EDN: NONICW



ВВЕДЕНИЕ

Изучение патриотизма в российском академическом дискурсе актуализировалось с новой силой в последние два года, особенно в рамках исследования роли патриотизма в структуре национальной идентичности. В эпоху глобальной турбулентности и трансформации мироустройства, когда границы между культурами расплываются, а информационное пространство становится единым, вопрос о наполнении идентичности национально-культурным содержанием становится особенно актуальным. Патриотизм как чувство принадлежности к своей нации, ее истории, культуре и традициям является одним из ключевых элементов национальной идентичности. Он служит мостом между поколениями, обеспечивая преемственность и сохранение национальных ценностей.

Подъем патриотического настроения в российском обществе фиксируют социологические исследования последних лет. Согласно мониторинговому исследованию ВЦИОМ 2023 и 2024 гг. патриотизм в российском обществе демонстрирует исторический максимум: 94 % граждан считают себя патриотами, из которых 62 % – безусловными патриотами. При этом поколения воспринимают патриотизм по-разному: молодежь связывает патриотизм со знанием культуры и истории страны, вкладом в ее развитие; старшее поколение чаще ассоциирует патриотизм с образом малой родины, а среднее поколение связывает патриотизм с семьей.¹

Проблема оценки динамики и существующей структуры патриотизма как базовой национальной ценности и основы национальной идентичности крайне важна с управленческой точки зрения. Разрабатываемые программы патриотического воспитания молодежи чаще фокусируются на традиционном представлении о патриотизме как безусловном чувстве любви к Родине, не учитывая при этом, что содержательное наполнение патриотизма не остается неизменным, а представляется новыми смыслами. Речь идет не о замене самих ценностей, а о переосмыслении их значения, придании им новых смыслов в контексте изменившихся реалий.

Динамика изменения ценностей, особенно патриотизма, наиболее очевидна в межпоколенческом разрезе. Представления о патриотизме как ценности и должной модели патриотического поведения складываются под влиянием различных факторов: биографии

¹ Источник: О современном российском патриотизме. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/o-sovremennom-rossiiskom-patriotizme> (дата обращения: 30.03.2024)

поколения (как формы коллективной идентичности, которая складывается во взаимодействии исторической эпохи и личной биографии); культурно-идеологических факторов (разная степень влияния на социализацию поколения глобализационных процессов) и социально-экономических (социальная макросреда и экономические условия, детерминирующие систему ценностных ориентаций) факторов и др. Невозможно не учитывать в современной информационной реальности влияние медиа на представления о патриотизме. В ситуации дисфункциональности фундаментальных социальных институтов, ответственных за трансмиссию ценностей (в первую очередь семьи и образования), именно медиа активно включаются в процесс формирования и трансляции ценностей и нарративов. При этом медиа могут выступать как самостоятельная площадка для формирования политического дискурса, относительно свободного от контроля власти, так и в роли политического инструмента, ресурса и технологии политического влияния. В политической борьбе за наполнение смыслового пространства патриотизма роль медиа очевидна, как очевидны и используемые медиа приемы: формирование образа «истинного патриота» через идеологические месседжи и образы «угроз», «врагов»; актуализация традиционных ценностей; апелляция к национальной гордости, верности Родине и готовности ее защищать; использование патриотических мотивов в рекламе и пропаганде. В качестве эффективного медиаинструмента в формировании патриотического дискурса, на наш взгляд, выступает апелляция к стереотипам, функционирующим в массовом сознании аудитории, или создание новых стереотипов. Механизмы стереотипизации используются и для усиления принадлежности к определенной группе и для отличия «своих» от «чужих».

Цель статьи – анализ влияния возрастных стереотипов на представления о патриотизме, в том числе на представления, формируемые в медиа дискурсе.

Методология исследования

Патриотизм как категория исследовательского анализа и как социальное явление имеет сложную онтологическую природу. В связи с этим сложилось несколько подходов к его изучению. Ивченкова М. С., Буханский И. И. на основе анализа работ российских социологов выделили четыре схожие по содержанию группы определений, где патриотизм понимается как эмоциональное чувство, социальное чувство, ценность и государственный ресурс [Ив-

ченкова, Буханский, 2024: 81]. Сложность операционализации понятия патриотизма заключается не только в разнообразии исследовательских подходов, но и в понимании патриотизма в массовом сознании современных россиян как многовариантного и неоднозначного, что выражается в присутствии в публичном дискурсе обращений к разным его видам, таким как «спящий патриотизм», «лапотный патриотизм», «конституционный патриотизм», «кулинарный патриотизм», «инвестиционный патриотизм», «урапатриотизм» и даже «треш-патриотизм».

С нашей точки зрения, анализируя методологические подходы к пониманию патриотизма, следует учитывать, что патриотизм традиционно рассматривается в тесной связи с этнической/национальной идентификацией, поэтому можно выделить два основных подхода в его трактовке – примордиалистский и конструктивистский. Для примордиалистов (К. Гирц, П. Ван де Берг) патриотизм – это врожденное чувство, основанное на природных и неизменных связях с Родиной. Он считается культурным феноменом, передаваемым из поколения в поколение. Патриотизм возникает из чувства принадлежности к общей истории, культуре, языку и территории. Это чувство не зависит от социальных условий и может быть актуализировано в любое время.

Конструктивизм (в традиции, идущей от Э. Хобсбаума и Б. Андерсона) видит в патриотизме социально сконструированное явление, которое формируется в результате исторических, социальных и политических процессов или является результатом деятельности политических акторов. Конструктивисты подчеркивают дискурсивную природу патриотизма и рассматривают патриотические чувства и действия как результат дискурсивных практик, которые формируют определённые представления о нации, Родине и взаимоотношениях человека с ней. С позиции практической ценности конструктивизма актуально его инструменталистское направление. Этот подход рассматривает патриотизм как инструмент и ресурс национальной идентичности, государственной политики, используемый для мобилизации населения и поддержания лояльности к государству, укрепления национального единства. Современные постмодернисты-конструктивисты рассматривают патриотизм как множественный и фрагментированный феномен, который невозможно свести к единому видению. Они утверждают, что патриотизм существует в виде множества интерпретаций и версий, каждая из которых отражает интересы и

взгляды различных социальных групп.

Избегая антагонистичности этих двух подходов, предлагаем использовать к анализу патриотизма этносимволический подход, который предполагает, «что каждое новое поколение дает новые формулировки идентичности, но отбор и переработка традиций происходят в строгих рамках, определяемых культурой данного народа: его языком, законом, символами, воспоминаниями, мифами, традициями и т.д.» [Смит, 2004: 90]. Представители этносимволизма Э. Смит и Д. Армстронг, не отказываясь от идей «воображения» наций, делали акцент на «древности некоторых изобретений и наборе уже существовавших групповых характеристик, на которые изобретатели могли опираться». Ключ к сохранению идентичностей лежал в передаче от поколения к поколению отличительно-символических групповых маркеров – достижения, которое становилось возможным только благодаря «включению индивидуальных символов, как вербальных, так и невербальных, в мифическую структуру» [Armstrong, 2017]. Патриотизм, с этой точки зрения, может рассматриваться как «создаваемое» чувство сопричастности со своей Родиной, необходимое для формирования политического целого, но предел его конструирования заключен в существующем мифо-символическом комплексе нации. При этом для определения должного и недолжного в патриотизме, проведения границ между патриотами и непатриотами используются символические «пограничники» – маркеры.

Отметим наиболее важные методологические установки, вытекающие из данной трактовки патриотизма.

Во-первых, «Родина» – это символ, созданный концепт. Соглашаясь с И. Сандомирской, подчеркнем, что коммуникативная природа патриотизма как ценности делает возможным его трансформацию в зависимости от целей и задач политических акторов. Патриотизм создается и пересоздается через привязывание важных для человека ценностей (семья, жизнь, любовь) к абстрактному понятию Родины. «Понятие Родины является концептом без реального денотата, то есть значения, конкретика понятия Родины может меняться и уточняться» [Сандомирская, 2004].

Во-вторых, конструктивистское видение патриотизма включает в себя инструменталистский подход, то есть представление о патриотизме как инструменте консолидации/идеологизации/легитимации – то, что В. А. Тишков обозначил «ценностной мобилизацией» [Тишков, 2023: 50]. В фокусе внима-

ния людей оказываются не столько материалистические ценности, сколько вопросы идентичности, стремление к солидарности и желание служить общему благу своей «Gemeinschaft». Мобилизационный потенциал ценностей особенно актуален в периоды турбулентности и изменения смысла того, что считалось традиционным.

В-третьих, патриотизм анализируется в контексте использования «мягкой силы», то есть через создание системы смыслов с помощью средств ментального воздействия [Андреев А., Андреев И., 2024: 109]. Патриотизм – это результат символической политики, которую О. Малинова определяет как «деятельность политических акторов, направленную на производство и продвижение/ навязывание определенных способов интерпретации социальной реальности в качестве доминирующих». Рябов О. В. в качестве форм символической политики выделяет легитимацию власти, политику коллективной идентичности, политику памяти и политику пространства, а среди механизмов, используемых акторами символической политики, – метафоризацию, проведение символических границ, стереотипизацию, визуализацию [Рябов, 2023: 20, 23]. В данной работе мы исследуем действие механизма стереотипизации при оценке уровня патриотичности разных поколений.

Под возрастными стереотипами рассматриваем «устойчивые, эмоционально окрашенные, разделяемые представления о разных возрастных группах». Подход к анализу возрастных стереотипов как инструментов символической политики позволяет рассматривать «возрастные стереотипы как элемент борьбы политических акторов за выгодную для себя интерпретацию социальной реальности через различные формы символической политики» [Рябова, 2024; Клещенко, 2024]. С помощью возрастных стереотипов происходит репрезентация и «воображение» поколений. Репрезентация какого-либо поколения как более или менее патриотичного – это и есть пример использования возрастных стереотипов и поколенческого дискурса как инструментов символической политики.

В исследованиях поколенческого аспекта патриотизма упор в основном делается на анализ смыслового содержания ценности патриотизма, описание жизненного мира патриотов разных поколений [Пономарева, 2020], оценку уровня патриотичности отдельного поколения (чаще молодого) [Селезнева, 2024], а также на проблемы межпоколенческой трансляции патриотических ценностей [Зелетдинова, Дьякова, 2018; Парма, 2023]. Чаще всего в объ-

яснении поколений используют теорию У. Штрауса и Н. Хау, согласно которой поколения формируются под влиянием ключевых исторических событий, поэтому для них характерны определенные паттерны в поведении и ценностях. При сопряжении поколенческих архетипов с временными границами Штраус и Хау выделили следующие модели поколений: «тихие» (1925–1942): жившие во время Великой депрессии и Второй мировой войны; «бэби-бумеры» (1943–1960); поколение X (1961–1981); поколение Y (1982–2000) и поколение Z (родившиеся после 2000 г.) [см., например, Пономарева, 2020; Талышева, 2021].

В последние годы репертуар исследований патриотизма также дополнился анализом дискурсивной активности по формированию и продвижению патриотической повестки [Бахлова, 2023] и оценкой роли интернета и СМИ как ретранслятора патриотических идей [Анкудинов, 2024; Парма, 2024].

В своем исследовании мы исходили из того, что представления о поколениях складываются из совокупности стереотипов, приписываемых им. И эти представления формируются в публичном дискурсе, например старшее поколение — это «истинные патриоты», которые прошли войну, «закалились» и знают цену свободе и Родине. Представители среднего поколения более циничны и индивидуалистичны. Они разочарованы в государстве и не верят в идеалы патриотизма. Молодежь – это apatriots, «безродные космополиты», не уважающие свою страну и готовые уехать за границу. Они заиклены на собственных интересах и не готовы жертвовать ради Родины. Сами представления о поколениях также могут являться предметом и средством политической борьбы, а поколенческий дискурс создаваться и пересоздаваться политическими акторами в зависимости от их политических целей, равно как переосмысливается и семантически перезаполняется/наполняется содержание патриотизма для этих поколений.

Дизайн исследования

В данной статье представлены результаты двух исследований. Первое исследование – это серия полустандартизированных интервью, проводимых в Иваново, Санкт-Петербурге и Махачкале (N = 48, 2023 г.)¹. В выборке информантов учитывались пол, возраст и политические предпочтения. Выбор городов для проведения ин-

¹ Исследование выполнено в рамках проекта РНФ «Возраст и власть. Возрастная стереотипизация в современной российской политике» членами проекта Т. Рябовой, О. Рябовым, Л. Клещенко, Е. Цалко. Подробнее результаты представлены в тематическом номере «Власть. Возраст. Политика» (PolitBook). – 2024. - № 3.

тервью был обусловлен их разницей в размерах, уровне политической активности населения, этнокультурными особенностями. Результаты интервью обрабатывались с помощью содержательного анализа.

Второе исследование проводилось в июле-августе 2024 года в форме тематического анализа с элементами дискурс-анализа с помощью корпусного менеджера Voyant Tools различных по идеологической направленности СМИ – «Царьграда» (интернет-телеканал), газеты «Правда» (КПРФ), телеграм-канала партии «Новые люди», газеты партии «ЛДПР». Для анализа были отобраны выпуски газет и публикации за период с июля 2023-го по июль 2024 года.

Основная часть

Возрастные стереотипы в оценках патриотизма поколений существуют и воспроизводятся в публичном дискурсе различными политическими акторами. Особая роль здесь принадлежит СМИ, в частности политическим СМИ, ведущим активную борьбу за ценностное содержание общественного мнения. Официальный патриотический дискурс в СМИ в последние два года активно наполняется идеологическим содержанием, актуализируя ценностное («любовь к Родине») и инструментальное («защита Родины») понимание концепта «патриотизм». Мы ставили перед собой цель проанализировать, как представлен поколенческий аспект в патриотическом дискурсе российских политических СМИ. СМИ подбирались с учетом различной идеологической направленности – «Царьград» (интернет-телеканал), газета «Правда» (КПРФ), телеграм-канал партии «Новые люди», газета партии «ЛДПР». На основе анализа коллокаций «патриотизм» и «поколение» мы попытались определить семантическое наполнение патриотического дискурса в данных СМИ.

В газете «Правда» коллокации слов «патриотизм» и «поколение» чаще всего употребляются в контексте обсуждения ценностей и идеалов, которые передаются от одного поколения к другому. Патриотизм старшего поколения чаще представлен коллокациями «передача ценностей», «исторические события» (*«Призывы и лозунги ЦК КПРФ ко Дню памяти воинов, павших за Советскую Родину в боях с фашизмом»*), «сохранение ценностей» (*«Патриотизм как моральный долг»; «Сейчас, когда страна противостоит натиску коллективного Запада, важно укреплять в людях патриотизм, примерами которого могли бы стать герои боевых сражений и*

трудового фронта, личности выдающихся деятелей эпохи Советского Союза»), «воспитание молодежи» (роль семьи и образования в воспитании патриотических чувств у молодежи, основанных на примерах старшего поколения). Молодежный патриотизм в «Правде» может быть описан следующими словосочетаниями: «наследие и преемственность» (передача опыта от старших), «активизм и участие» («О задачах КПРФ по борьбе с фашизмом и патриотическому воспитанию подрастающего поколения»), «западное влияние» («Немного о патриотизме» – «о засилье иностранщины в жизни»), «образование и воспитание». Патриотизм среднего поколения раскрывается через сравнительный анализ с молодым поколением, акцентируя внимание на том, что взгляды среднего поколения сформировались под влиянием исторических событий 90-х годов (прежде всего, пережитых экономических кризисов). Подчеркивается «политическая активность» поколения в защите национальных интересов, «критика внешней политики» через анализ внешних угроз.

В целом эмоциональный окрас патриотической риторики в газете партии «КПРФ» можно охарактеризовать как ностальгический (обращение к советскому прошлому), солидарный (единство трудящихся всех поколений), защитный (защита традиционных ценностей, национальных интересов). «Правда» часто использует патриотизм как политический инструмент для противопоставления себя другим политическим силам, критикуя либеральные ценности и пропагандируя традиционный патриотизм как основу национальной идентичности и единства. Газета активно использует патриотические темы для мобилизации своих сторонников и укрепления имиджа КПРФ как партии, отстаивающей интересы народа и Родины. Приведем наиболее наглядные высказывания:

«Из века в век в её истории [России - Авт.] патриотические устремления являлись основой народного бытия, важнейшей частью общественного сознания. Во все времена любовь к Отечеству, к земле своих предков соединялась с чувством сопричастности к большому коллективу. В патриотических идеях воплощалась неразрывная связь поколений. Представления о Родине и народе сливались в единое целое»; «Патриотизм неотделим от борьбы за справедливость и социальную справедливость в России»; «Либерализм – это враг патриотизма: он разрушает традиционные ценности и ослабляет нашу страну»; «Каждый гражданин должен чувствовать гордость за свою Родину и быть готовым защищать ее интересы».

«Царьград» – информационный интернет-телеканал консервативной направленности.

Контекст употребления слов «патриотизм» и «поколение» на интернет-телеканале «Царьград» может быть описан следующим образом: патриотизм – это основа духовности и национальной идентичности, подчеркивается связь патриотизма с православием и традиционными ценностями (при одновременной критике западных либеральных ценностей). Примеры часто встречаемых коллокаций: «патриотизм и духовность», «патриотизм и национальная идентичность», «воспитание патриотизма с детства», «патриотизм и вера». Патриотизм старшего поколения представляется как «истинный», само поколение – как «истинные патриоты», прошедшие войну, знающие цену свободы и готовые жертвовать ради Родины. В репортажах и статьях часто упоминаются ветераны Великой Отечественной войны как пример истинного патриотизма (*«Они учили нас быть честными, ответственными и готовыми жертвовать ради Родины», «Память о героях – это наша национальная святыня, ее нельзя потерять»*). Среднее поколение представляется как поколение, которое должно продолжить дело старших и сохранить традиционные ценности патриотизма. Обращение к среднему поколению часто содержит призыв к ответственности за будущее страны. Молодое поколение рассматривается как «будущие защитники Отечества», в репортажах и статьях часто демонстрируются молодые люди, участвующие в патриотических мероприятиях, военных учениях, спортивных соревнованиях. Молодежь представляется как опора и будущее России.

Канал стремится вдохновлять молодежь на патриотизм и призывает ее активно участвовать в сохранении традиционных ценностей, укреплении России как православной державы и защите ее от внешних и внутренних врагов.

Отметим, что патриотическая риторика «Царьграда» часто обращена к противостоянию с внутренним врагом и носит скорее иронично-критический окрас: *«Сбывается кошмар иноагентов: к будущим журналистам на лекции стали приглашать военкоров. Того и гляди студенты начнут («ужас-ужас») Родину любить»; «Если калёным железом с детства выжигать в людях патриотизм, то его и не будет. А у государства не будет воли к победе как на внешних фронтах, так и на внутренних»; «...чиновников или депутатов, которые с трибун рассказывают «сказки» про патриотизм, в то время как их дети уезжают на «загнивающий Запад»;*

«Странное поведение вызывает искреннее недоумение: во многих странах для артистов выступить с исполнением гимна почётно, однако наши музыканты, видимо, не считают патриотизм важным».

В целом эмоциональный окрас публикаций скорее возвышенный (воспевание патриотизма молодых защитников Отечества), но при этом тревожный (западные ценности подрывают традиционные патриотические ценности и ослабляют Россию), содержащий призыв к действию.

Видение патриотизма в газете партии «ЛДПР» отражает консервативную и националистическую идеологию партии, которая подчеркивает важность сильного государства, традиционных ценностей и защиты национальных интересов. Часто встречающиеся коллокации слов «патриотизм» и «поколение» в газете ЛДПР: «патриотизм всех поколений», «снижение патриотизма среди молодежи», «призыв молодежи к патриотической деятельности». В риторике газеты чаще говорится о «традиционном патриотизме» в связке с «сильной государственностью». Партия критикует «западные ценности» и глобализм, которые подрывают патриотизм и суверенитет России (*«Западная пропаганда постоянно пытается ослабить патриотизм в России, навязывая нам свои ценности и идеалы»*). Публикации о патриотизме молодежи в газете ЛДПР имеют также выраженный эмоциональный окрас, передающий гордость и воодушевление по поводу готовности молодежи служить своей стране (*«Патриотизм молодежи – это не пустые слова, а реальное желание служить своей стране и народу»; «Молодое поколение должно стать опорой для патриотических сил в России»; «Нам необходимо приложить все усилия, чтобы сохранить и укрепить патриотические настроения среди молодежи»*). Патриотизм старшего поколения также раскрывается через подвиги русского народа: *«Наш патриотизм – это любовь к России и русскому народу, который создал великое государство и открыл путь в будущее для десятков народов»*. О среднем поколении – 80–90-х – в газете ЛДПР встречаются упоминания как о «потерянном поколении», воспитанном на западных ценностях индивидуализма, неготовом защищать свою Родину (*«Поколение 90-х, выросшее на либеральных идеях, не знает истинного патриотизма, они зациклены на собственных проблемах и не готовы жертвовать ради страны»; «Поколение 80–90-х должно осознать опасность глобализма и понять, что патриотизм – это не просто слова, а реальная защита наших*

национальных интересов»; «Пришло время взять им на себя ответственность за будущее России и проявить истинный патриотизм»).

ЛДПР часто использует патриотизм в контексте призыва к защите государства: «Служба в армии – это не просто обязанность, а выражение патриотизма, это шанс показать свою любовь к Родине и защитить ее интересы»; «Молодежь должна понимать, что патриотизм – это не только слова, а действия, и армия – это место, где можно проявить свою верность Родине».

Патриотическая риторика партии «Новые люди» может быть описана через коллокации: «патриотизм будущего», «обновление патриотизма», «патриотизм и созидание». Эмоциональный окрас публикаций можно описать как прогрессивный («Россия может двигаться вперед»), оптимистичный («необходимы позитивные изменения»), инклюзивный (вовлеченность всех в процесс изменений). Умеренно оппозиционный характер партии прослеживается и в видении патриотизма как ценности - «любви к своей стране и народу, а не слепому следованию государственной пропаганде или поддержке действующей власти» – и в оценках обыденного патриотизма – «Не надо бить по компаниям и обычным людям, изображая цифровой патриотизм. Железный занавес всё равно не получается, у всех есть VPN. Настоящий патриотизм – создать такой аналог «Инстаграма», которым захочется пользоваться»; «С патриотизмом и сознательностью у россиян всё в порядке. А нетрадиционные отношения у них с думской «оппозицией», которая выдумывает несуществующие проблемы, чтобы не решать настоящие»; «Для этого нашей стране необходима влиятельная политическая сила, борющаяся за открытость миру и не дающая «офшорным патриотам» навязывать риторику обособленности России, заставляя россиян патриотично сосать лапоть».

Поколенческий аспект в публикациях партии «Новые люди» практически не прослеживается, скорее, их риторика направлена на вдохновение и мобилизацию всех граждан на активные действия ради улучшения жизни в стране независимо от возраста («Патриотизм – это не про лозунги, а про любовь к своей стране и народу»; «Нам нужен патриотизм будущего, основанный на свободе, справедливости и прогрессе», «Патриотизм – это не милитаризм и имперские амбиции, а созидание лучшей России для наших детей»).

Таким образом, можно зафиксировать, что в патриотической риторике разных политических СМИ присутствуют возрастные

стереотипы оценки поколений и эти возрастные стереотипы в оценках патриотизма создают общественное мнение о степени патриотичности каждого поколения. Молодежь часто воспринимается как менее патриотичная, чем старшие поколения. Присутствует мнение, что молодые люди более склонны к критике существующей системы и менее привязаны к традиционным ценностям. Это может быть связано с их стремлением к изменениям и новым идеям, что иногда воспринимается как недостаток патриотизма. Во всех проанализированных СМИ, кроме публикаций партии «Новые люди», прослеживаются две тенденции в оценках патриотизма молодежи: первая – это необходимость защищать молодежь от влияния западных ценностей и вторая – в воспитании патриотизма у молодежи обязательно должно участвовать старшее поколение, так как именно оно имеет верные представления о традиционных ценностях.

Среднее и старшее поколения оцениваются как более патриотичные. Их опыт, связанный с историческими событиями, такими как войны и кризисы, формирует более традиционное понимание патриотизма. Можно отметить и стереотипность восприятия самих поколений: старшее поколение в официальном патриотическом дискурсе – это военное и послевоенное поколение, среднее – это те, кто рос и вырос в 80–е – 90-е годы и, следовательно, на них сказались кризисные события того периода.

Роль возрастных стереотипов в оценках патриотизма проявляется не просто в формировании общественного мнения и ценностных суждений по этому поводу, сколько в создании ожиданий определенных моделей патриотичного поведения каждого из поколений. Например, старшее поколение может ожидать от молодежи большей преданности и участия в патриотических мероприятиях, в то время как молодежь может чувствовать давление соответствовать этим ожиданиям, несмотря на свои собственные взгляды.

С точки зрения уже описанной нами выше конструктивистской теории патриотизм может выступать как маркер, обозначающий границы должного и недолжного поведения человека, как средство оценки своих и чужих. Должное патриотичное поведение подразумевает активное участие в жизни страны, уважение к её символам, истории и культуре. Такое поведение считается положительным и одобряемым обществом, так как оно способствует укреплению национальной идентичности и сплоченности. С дру-

гой стороны, к действиям, которые воспринимаются как антипатриотичные, могут относить критическое отношение к государственным институтам, пренебрежение к национальным символам и традициям, безучастие. Важно отметить, что наполнение конструкта патриотизма теми или иными смыслами – объект политической борьбы и возрастные стереотипы в данном случае являются одним из инструментов этой борьбы. Переосмысление и изменение содержательного наполнения патриотизма происходит через актуализацию общих ценностей и моделей поведения, вызывающих чувство идентичности с определенным поколением.

В современной российской политике фактор возраста приобретает особое значение, что обусловлено, прежде всего, остротой «поколенческого разрыва», ценностного разрыва между поколениями. В связи с этим наибольшее внимание в официальной риторике уделяется вопросу трансляции ценности патриотизма от поколения к поколению и патриотизму именно молодежи как объекту патриотического воспитания. При этом в самом общественном мнении, как правило, патриотизм молодежи оценивается неоднозначно.

В проводимой нами серии глубинных интервью, посвященных оценке влияния возрастных стереотипов на отношение граждан России (в зависимости от возраста, политических предпочтений, пола и региона проживания/этнокультурной принадлежности) к политическим акторам и политическим процессам [Цалко, 2024], мы, в частности, изучали возрастные стереотипы в отношении молодого поколения через оценку их степени патриотичности. Информантам задавались вопросы: «Согласны ли Вы с тем, что молодежь менее патриотично настроена, больше заботится о собственной карьере и удовольствиях и ей нет особого дела до Родины? На Ваш взгляд, различается ли отношение к специальной военной операции в различных поколениях? Или доля поддерживающих ее и не поддерживающих ее одинакова во всех поколениях?»

В оценке уровня патриотичности современной российской молодежи мнения респондентов были полярными: часть подтверждала стереотип о непатриотичности молодежи, сравнивая ее в этом со старшим поколением, другая часть активно отвергала данное утверждение. Приведем наиболее показательные, на наш взгляд, высказывания: *«Многие ведь уехали, потому что опасались за свое... свою жизнь... Но это далеко не только молодежь»* (Илья, 45 лет, СПб, сторонник коммунистической идеологии); *«Молодежь*

во все времена одинакова, совершенно, есть и хорошие, и плохие. Не надо сваливать, что молодёжь у нас сейчас не такая, как была раньше» (Анна, 57 лет, Иваново, сторонник либеральной идеологии). «Молодежь также патриотична, просто не понятно, за что воевать» (Адам, 19 лет, Махачкала, политически индифферентен).

Более резкие высказывания были у молодых оппозиционно настроенных информантов, но как в поддержку молодежи, так и с критикой в ее адрес: «Молодежь очень патриотично настроена и не хочет, чтобы за Родину было стыдно... патриотизм – это не бояться, в частности, сказать, что Родиной управляют сейчас те, кто ей вредит, и интересы их могут прямо Родине вредить. Считать, что все, кто уехал не патриоты, – как минимум это глупо» (Ксения, 32 года, сторонник коммунистической идеологии); «Молодежь ставит себя превыше государства и Родины – это безусловно. То есть она более эгоистична и думает, что государство им должно, а не она – государству, а вот как раз-таки она должна уже отдать, ну, жизнь – самое такое основное, что у нас ценное у всех есть...» (Евгений, 19 лет, СПб, сторонник партии «Новые люди»).

Другой пласт высказываний носил в целом предсказуемый характер, так как в нём присутствовало две идеи: 1) патриотизм скорее характерен для среднего и старшего поколений и 2) молодежь предстает, как инфантильная, эгоистичная, несамостоятельная в оценке политических событий, так как она подвержена влиянию Запада: «Мы в таком времени живём, когда каждый больше заботится о себе, нет активной пропаганды, нет установки, что нужно делать для государства, у нас сейчас всё для себя....Вот и выросла такая молодежь, которая в первую очередь ставит свой комфорт» (Анна, 28 лет, Иваново, сторонник действующей власти); «Думаю, причина этого в том, что молодежь не осознает угроз, которые идут от Запада» (Арина, 59 лет, Санкт-Петербург, сторонник действующей власти); «Средний и старший поддерживали. Хотя и в среднем на моей памяти много было, кто не поддерживал... Мне кажется, вот молодежь-то точно все пацифисты. И они не поддерживали. А средний и старший – ну, там, 50 на 50» (Елена, 35 лет, СПб, сторонник действующей власти); «Люди старшего возраста больше выражают поддержки, молодые – меньше» (Любовь, 31 год, Иваново, против всех).

Лишение молодежи социальной субъектности как способности самостоятельно принимать и реализовывать решения – часто

встречающаяся политическая технология. Формирование представлений о молодежи как о ведомой, инфантильной и неготовой к участию в политике может использоваться как инструмент социального контроля, направленного на ограничение участия молодежи в принятии решений, с одной стороны, и формирования отношения к ней как объекту воспитания и защиты, с другой.

В ряде ответов подчеркивалось, что молодежь во многом не виновата в своей непатриотичности, это, скорее, результат отсутствия системы воспитания и диалога со старшим поколением: *«...потому что у нас сейчас нету патриотического какого-то... обучения. Вот оно только первые годы началось. Ну вообще, в принципе, у нас этот вопрос как-то... не поставлен. К этому либо сами приходят, либо не приходят. А сами обычно приходят к более старшему возрасту, к патриотизму, поэтому так»* (Елена, 35 лет, сторонник действующей власти). Часто в ответах информантов старшего поколения подчеркивалась мысль, что именно современные технологии и глобализация оказывают значительное влияние на формирование ценностей молодежи. Интернет и социальные сети открывают доступ к разнообразной информации, которая может быть противоречивой и даже дезинформирующей (типичное высказывание – *«Молодежь, в силу своих возрастных особенностей, больше подвержена какому-то влиянию. А наше государство не всегда может оказывать это влияние... оно оказывает, такая работа ведется, но мы видим, что недостаточно успешно, ведь среди молодежи и сейчас распространены негативные настроения... негативные по отношению к власти»*). Это создает условия для формирования у молодых людей критического отношения к национальным ценностям и традициям, что усугубляет межпоколенческий разрыв.

Раскрывая свои представления о поколениях, информанты часто представляли их не через обозначение возрастных границ, а через описание общего жизненного опыта: *«Старшее поколение, конечно, против этой войны. Потому что они поняли, что такое война, они знают. Это первая война для среднего поколения, а для старшего поколения это уже 3-я мировая война, получается. Конечно, старшее поколение, они против всяких боевых действий. Но если это неизбежно, будут поддерживать все»* (Саид, 54 года, Махачкала, коммунист); *«Для старшего и среднего поколения авторитетно то, что... они сами видят или находясь в различных условиях - вернувшись со специальной операции, или занимаясь бизнесом,*

сталкиваясь с различными проблемами, или, например, проходя государственную службу» (Денис, 44 года, Иваново, сторонник действующей власти). Молодежь, наоборот, чаще характеризовали через отклонение (отказ) от наиболее «правильного» поведения или отсутствие определенных событий, характерных для «нормальной» биографии того или иного поколения («мы в их годы», «не так как раньше», «сейчас уже всё по-другому»).

Заключение

Методология представленного исследования основывается на понимании патриотизма как результата символической политики, то есть деятельности разных политических акторов, использующих такие инструменты, как метафоризация, проведение символических границ, стереотипизация, визуализация, для семантического наполнения патриотического дискурса.

В рамках данной статьи мы исследовали действие только одного механизма – стереотипизации – при оценке уровня патриотичности разных поколений, а также использование возрастных стереотипов в патриотическом дискурсе современных политических СМИ.

С нашей точки зрения, патриотизм – это социально конструируемое явление, рассматриваемое как результат деятельности политических акторов и их символической политики. Но деятельность этих акторов ограничивается существующим мифо-символическим комплексом, выраженным в общих представлениях и ценностном отношении к истории, культуре, языку. В личностном аспекте патриотизм представлен как эмоциональное и культурное переживание, которое связывает людей с их историей и идентичностью, в социальном плане – это набор политических убеждений, характеризующий политическую лояльность или приверженность к государственным институтам. Стереотипы выступают инструментами создания патриотического дискурса, формируя стереотипное представление о патриотизме, а возрастные стереотипы – о патриотизме разных поколений.

Тематический анализ различных по политической направленности СМИ показал, что возрастные стереотипы активно используются медиа для формирования патриотической повестки. Молодежь часто воспринимается как менее патриотичная, чем старшие поколения, склонная к критике существующей системы и менее привязанная к традиционным ценностям. Следовательно, следующая развиваемая идея – необходимость защищать молодежь от

влияния западных ценностей и обязательность участия в патриотическом воспитании молодежи старшего поколения, так как именно оно имеет верные представления о традиционных ценностях.

Проведенные интервью также показали влияние возрастных стереотипов на представления об уровне патриотичности поколений и содержательной наполненности патриотизма. Если старшее поколение чаще говорит о патриотизме в категориях защиты от различных угроз, уже пройденных испытаний, наличия опыта, то молодое поколение рассуждает о патриотизме в категориях свободного политического выбора в направлениях развития своей Родины и свободы форм отношений между человеком и государством. Поколенческий разрыв в оценках патриотизма в меньшей степени ощущается между старшим и средним поколением, в большей – между старшим и молодым.

Таким образом, возрастные стереотипы в современном патриотическом дискурсе используются как маркер, обозначающий границы патриотичного/ непатриотичного поведения, следовательно, возрастные стереотипы являются одним из инструментов политической борьбы за переосмысление и изменение содержательного наполнения патриотизма.

Библиография/ References:

1. Андреев А. Л., Андреев И.А. Россия в современном мире: потенциал мягкой силы // Вестник Института социологии. 2024 Том 15. № 2. С. 98–114. DOI: 10.19181/vis.2024.15.2.7 EDN: NZMUJG
2. Анкудинов И.А. Патриотический дискурс в Рунете: до и после 24 февраля 2022 г / И. А. Анкудинов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2024. – № 2(180). – С. 153-177. – DOI 10.14515/monitoring.2024.2.2515. – EDN LLUFIU.
3. Бахлова О.В. Репрезентация патриотической тематики парламентскими партиями России (по материалам официальных сайтов) / О.В. Бахлова, И.В. Бахлов // Дискурс-Пи. – 2023. – Т. 20, № 4. – С. 114-138. – DOI 10.17506/18179568_2023_20_4_114. – EDN CPDRXS.
4. Зелетдинова Э.А., Дьякова В.В. Патриотизм в структуре гражданской идентичности современных российских поколений // Общество: социология, психология, педагогика. 2018. №12. URL: [https://cyberleninka.ru/article/n/patriotizm-v-strukture-](https://cyberleninka.ru/article/n/patriotizm-v-strukture)

grazhdanskoy-identichnosti-sovremennyh-rossiyskih-pokoleniy (дата обращения: 06.10.2024). DOI: 10.24158/spp.2018.12.1

5. Ивченкова М. С., Буханский И. И. Теоретические конструкты и опыт эмпирического анализа патриотизма в современной российской социологии // Вестник Института социологии. 2024. Том 15. № 2. С. 81–97. DOI: 10.19181/vis.2024.15.2.6; EDN: YZKSUJ.

6. Клещенко Л.Л. Возраст как символ в современной российской политике // PolitBook. 2024. № 3. с. 22-38. DOI: 10.24412/2227-1538-2024-3-22-38

7. Парма Р.В. Патриотизм поколений в современном российском обществе. Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2023. № 13(4). с. 20-29. DOI: 10.26794/2226-7867-2023-13-4-20-29

8. Парма Р.В. Продвижение патриотической повестки в социальных медиа среди российской студенческой молодежи / Р. В. Парма // Высшее образование в России. – 2024. – Т. 33, № 1. – С. 44-67. – DOI 10.31992/0869-3617-2024-33-1-44-67. – EDN LLCBSO.

9. Пономарева К.М. Сравнительный анализ жизненного мира патриотов разных поколений / К.М. Пономарева, Н. В. Лукьяненко. — Текст : электронный // Инновационный потенциал молодежи: гражданственность, профессионализм, творчество : сборник научных трудов Международной молодежной научно-исследовательской конференции (Екатеринбург, 24 ноября 2020 г.). — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020. — С. 401-406. — URL: <http://elar.urfu.ru/handle/10995/97511>.

10. Рябов О.В. «Враг номер один» в символической политике кинематографий СССР и США периода холодной войны / Под ред. О. В. Рябова. — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2023. — 400 с.

11. Рябова, Т. Б. Возрастная стереотипизация в современной политике: к постановке проблемы / Т. Б. Рябова // PolitBook. – 2024. – № 3. – С. 6-21. – DOI 10.24412/2227-1538-2024-3-6-21. – EDN YBDOAB. Рябова Т.Б. Пол, возраст, власть (к вопросу о социальной стереотипизации в современной политике) / Т.Б. Рябова, О.В. Рябов // Женщина в российском обществе. – 2023. – № 3. – С. 3-16. – DOI 10.21064/WinRS.2023.3.1. – EDN YEXZKR.

12. Сандомирская И. Родина в советских и постсоветских дискурсивных практиках // INTER. 2004. №2-3. С. 16-26. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rodina-v-sovetskih-i-postsovetskih-diskursivnyh-praktikah> (дата обращения: 03.06.2024).

13. Селезнева А.В. Политические ценности российской молодежи: традиционные смыслы в современных условиях / А.В. Се-

лезнева // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2024. – № 77. – С. 275-289. – DOI 10.17223/1998863X/77/23. – EDN MTCOZV.

14. Смит Э. Национализм и модернизм: Критический обзор современных теорий наций и национализма. М., 2004.

15. Талышева М.А. СМИ как проводник патриотической идеи в контексте теории поколений / М.А. Талышева, Н.В. Поплавская // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. – 2021. – Т. 26, № 1. – С. 123-131. – DOI 10.22363/2312-9220-2021-26-1-123-131. – EDN RFYNUW.

16. Тишков В.А. Нация наций: о подходах к пониманию России. М.: ИЭА РАН, 2023 – 69 с. Электронный ресурс. https://static.iea.ras.ru/books/Tishkov_Natsiya_natsii.pdf

17. Цалко Е.О. Возрастная стереотипизация ценностей поколений // PolitBook. 2024. № 3. с. 61-83. DOI:10.24412/2227-1538-2024-3-83-95

18. Armstrong J. A. Nations before nationalism. – UNC Press Books, 2017.

1. Andreev, A. L., Andreev, I.A. (2024) Rossiya v sovremennom mire: potentsial myagkoi sily. *Vestnik Instituta sotsiologii*. Tom 15. no. 2, p. 98-114. DOI: 10.19181/vis.2024.15.2.7 EDN: NZMUJG. (In Russ)

2. Ankudinov, I.A. Patrioticheskii diskurs v Runete: do i posle 24 fevralya 2022 g (2024). *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*. no. 2(180). p. 153-177. – DOI 10.14515/monitoring.2024.2.2515. – EDN LLUFIU. (In Russ)

3. Bakhlova, O.V. (2023) Reprezentatsiya patrioticheskoi tematiki parlamentskimi partiyami Rossii (po materialam ofitsial'nykh saitov) / O.V. Bakhlova, I.V. Bakhlov. *Diskurs-Pi*. T. 20, no. 4. P. 114-138. – DOI 10.17506/18179568_2023_20_4_114. – EDN CPDRXC. (In Russ)

4. Zeletdinova, E.A., D'yakova, V.V. (2018) Patriotizm v strukture grazhdanskoi identichnosti sovremennykh rossiiskikh pokolenii. *Obshchestvo: sotsiologiya, psikhologiya, pedagogika*. no.12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/patriotizm-v-strukture-grazhdanskoy-identichnosti-sovremennyh-rossiyskih-pokoleniy> (data obrashcheniya: 06.07.2024). DOI: 10.24158/spp.2018.12.1. (In Russ)

5. Ivchenkova, M. S., Bukhanskii, I. I. (2024) Teoreticheskie konstrukty i opyt empiricheskogo analiza patriotizma v sovremennoi rossi-

iskoi sotsiologii. *Vestnik Instituta sotsiologii*. Tom 15. no. 2. p. 81–97. DOI: 10.19181/vis.2024.15.2.6; EDN: YZKSUJ. (In Russ)

6. Kleshchenko, L.L. (2024) Vozrast kak simvol v sovremennoi rossiiskoi politike. *PolitBook*. no. 3. p. 22-38. DOI: 10.24412/2227-1538-2024-3-22-38. (In Russ)

7. Parma, R.V. (2023) Patriotizm pokolenii v sovremennom rossiiskom obshchestve. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta*. no.13(4). p. 20-29. DOI: 10.26794/2226-7867-2023-13-4-20-29. (In Russ)

8. Parma, R.V. (2024) Prodvizhenie patrioticheskoi povestki v sotsial'nykh media sredi rossiiskoi studencheskoi molodezhi. *Vyshee obrazovanie v Rossii*. T. 33, no. 1. p. 44-67. – DOI 10.31992/0869-3617-2024-33-1-44-67. – EDN LLCBSO. (In Russ)

9. Ponomareva, K.M. (2020) Sravnitel'nyi analiz zhiznennogo mira patriotov raznykh pokolenii. *Innovatsionnyi potentsial molodezhi: grazhdanstvennost', professionalizm, tvorchestvo : sbornik nauchnykh trudov Mezhdunarodnoi molodezhnoi nauchno-issledovatel'skoi konferentsii* (Ekaterinburg, 24 noyabrya 2020 g.). — Ekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 2020. p. 401-406. — URL: <http://elar.urfu.ru/handle/10995/97511>. (In Russ)

10. Riabov, O.V. (2023) «Vrag nomer odin» v simvolicheskoi politike kinematografii SSSR i SShA perioda kholodnoi voiny. Pod red. O. V. Riabova. M.: Izdatel'stvo «Aspekt Press». 400 p. (In Russ)

11. Riabova, T.B. (2023) Pol, vozrast, vlast' (k voprosu o sotsial'noi stereotipizatsii v sovremennoi politike). T.B. Riabova, O.V. Riabov. *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve*. no.3. p. 3-16. – DOI 10.21064/WinRS.2023.3.1. – EDN YEXZKR. (In Russ)

12. Sandomirskaya, I. (2004) Rodina v sovetskikh i postsovetskikh diskursivnykh praktikakh. *INTER*. 2004. no.2-3. p. 16-26. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rodina-v-sovetskikh-i-postsovetskikh-diskursivnykh-praktikakh> (data obrashcheniya: 03.07.2024). (In Russ)

13. Selezneva, A.V. (2024) Politicheskie tsennosti rossiiskoi molodezhi: traditsionnye smysly v sovremennykh usloviyakh. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya*. no. 77. p. 275-289. – DOI 10.17223/1998863X/77/23. – EDN MTCOZV. (In Russ)

14. Smit, E. (2004) Natsionalizm i modernizm: Kriticheskii obzor sovremennykh teorii natsii i natsionalizma. M. (In Russ)

15. Talysheva, M.A. (2021) SMI kak provodnik patrioticheskoi idei v kontekste teorii pokolenii. M.A. Talysheva, N.V. Poplavskaya. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Literaturovedenie*.

Zhurnalistika. Т. 26, no. 1. p. 123-131. – DOI 10.22363/2312-9220-2021-26-1-123-131. – EDN RFYNUW. (In Russ)

16. Tishkov, V.A. (2023) *Natsiya natsii: o podkhodakh k ponimaniyu Rossii*. М.: IEA RAN . 69 p. (In Russ)

17. Tsalko, E.O. (2024) *Vozrastnaya stereotipizatsiya tsennostei pokolenii*. PolitBook. no. 3. p. 61-83. DOI:10.24412/2227-1538-2024-3-83-95. (In Russ)

18. Armstrong, J.A. (2017) *Nations before nationalism*. UNC Press Books.

© Цалко Е.О., 2024 г

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и/или публикации данной статьи.

Conflict of interests: The authors declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Поступила в редакцию (Received) 18.05.2024

Поступила после рецензирования (Revised) 28.07.2024

Принята к публикации (Accepted) 04.08.2024