

ISSN: 2616-8162

**Вестник  
Донецкого  
национального  
университета**



**НАУЧНЫЙ  
ЖУРНАЛ**  
*Основан  
в 1997 году*

---

*Серия Д*  
**Филология  
и психология**

---

**4/2024**

---

**Редакционная коллегия журнала «Вестник Донецкого национального университета.**

**Серия Д: Филология и психология»**

**Ответственный редактор** – д-р филол. наук, проф. **В.И. Теркулов**

**Заместитель ответственного редактора** – д-р филол. наук, проф. **О.Л. Бессонова**

**Ответственный секретарь** – канд. психол. наук, доц. **С.А. Вильдгрубе**

**Члены редколлегии:** д-р наук по соц.ком., проф. **И.М. Артамонова**, д-р филол. наук, проф. **Ш.Р. Басыров**, канд. психол. наук, доц. **А.В. Гордеева**, д-р филол. наук, проф. **А.В. Домашенко**, д-р психол. наук, проф. **С.Т. Джанерьян** (Южный федеральный университет), д-р филол. наук **А.И. Иваницкий** (Российский государственный гуманитарный университет), д-р филол. наук, проф. **В.Д. Калиущенко**, д-р филол. наук, проф. **А.А. Кораблев**, д-р филол. наук, доц. **А.А. Кудряшова** (Московский центр качества образования), д-р психол. наук, проф. **В.А. Лабунская** (Южный федеральный университет), д-р филол. наук, доц. **М.Ч. Ларионова** (Южный научный центр РАН), д-р психол. наук, доц. **Е.Г. Максименко**, д-р филол. наук, проф. **Г.Н. Манаенко** (Северо-Кавказский федеральный университет), канд. филол. наук **М.Н. Панчехина**, д-р филол. наук, проф. **М.Л. Ремнёва** (Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова), д-р психол. наук, доц. **Е.Н. Рядинская** (Донбасская аграрная академия), д-р психол. наук, проф. **С.В. Сарычев** (Курский государственный университет), д-р психол. наук, проф. **А.В. Сидоренков** (Южный федеральный университет), д-р филол. наук, проф. **Г.Г. Слышкин** (Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ), д-р филол. наук, доц. **Л.В. Соснина** (Донецкий национальный технический университет), д-р филол. наук, проф. **В.И. Супрун** (Волгоградский государственный социально-педагогический университет), д-р филол. наук, проф. **В.В. Тулупов** (Воронежский государственный университет), д-р филол. наук **Н.В. Усова**, д-р филол. наук, проф. **Н.В. Уфимцева** (Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова), д-р филол. наук, доц. **Е.В. Филатова**, д-р филол. наук, доц. **Л.Н. Ягупова**, канд. психол. наук, доц. **М.И. Яновский**.

**Editorial Board of journal “Bulletin of Donetsk National University**

**Series D: Philology and Psychology”**

**Editor-in-Chief** – Doctor of Philology, Prof. **V.I. Terkulov**

**Deputy Editor-in-chief** – Doctor of Philology, Prof. **O.L. Byessonova**

**Executive Secretary** – Candidate of Psychology, Associate Prof. **S.A. Vildgrube**

**Members of the Editorial Board:** Doctor of Social Communications, Prof. **I.M. Artamonova**, Doctor of Philology, Prof. **Sh.R. Basyrov**, Candidate of Psychology, Associate Prof. **A.V. Gordeeva**, Doctor of Psychology, Prof. **S.T. Dzhanyan** (Southern Federal University), Doctor of Philology, Prof. **V.A. Domaščenko**, Doctor of Philology **A.V. Ivanitskiy** (Russian State University for the Humanities), Doctor of Philology, Prof. **V.D. Kaliuščenko**, Doctor of Philology, Prof. **A.A. Korablev**, Doctor of Philology, Associate Prof. **A.A. Kudryashova** (Moscow Center for the Quality of Education), Doctor of Psychology, Prof. **A.V. Labunskaya** (Southern Federal University), Doctor of Philology, Associate Prof. **M.Ch. Larionova** (Southern Scientific Center of the RAS), Doctor of Psychology, Associate Prof. **Ye.G. Maksimenko**, Doctor of Philology, Prof. **G.N. Manaenko** (North Caucasian Federal University), Candidate of Philology **M.N. Panchehina**, Doctor of Philology, Prof. **M.L. Remnyova** (Moscow State University), Doctor of Psychology, Associate Prof. **Ye.N. Ryadinskaya** (Donbass Agrarian Academy), Doctor of Psychology, Prof. **S.V. Sarychev** (Kursk State University), Doctor of Psychology, Prof. **A.V. Sidorenkov** (Southern Federal University), Doctor of Philology, Prof. **G.G. Slyshkin** (Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration), Doctor of Philology, Associate Prof. **L.V. Sosnina** (Donetsk National Technical University), Doctor of Philology, Prof. **V.I. Suprun** (Volgograd State Socio-Pedagogical University), Doctor of Philology, Prof. **V.V. Tulupov** (Voronezh State University), Doctor of Philology, Prof. **N.V. Ufimtseva** (Moscow State University), Doctor of Philology **N.V. Usova**, Doctor of Philology, Associate Prof. **E.V. Filatova**, Doctor of Philology, Associate Prof. **L.N. Yagupova**, Candidate of Psychology, Associate Prof. **M.I. Yanovsky**.

Научный журнал «Вестник Донецкого национального университета. Серия Д. Филология и психология» включён в базу РИНЦ (договор 264-06/2018), с 20.02.24 включён в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание учёной степени кандидата наук, соискание учёной степени доктора наук по следующим группам научных специальностей: 5.9. Филология; 5.3. Психология.

**Адрес редакции:** ФГБОУ ВО «Донецкий государственный университет», ул. Университетская, 24, 283001, г. Донецк, **Тел:** +7 (856) 302-92-33.

**E-mail:** [vi.terkulov@mail.ru](mailto:vi.terkulov@mail.ru), [s.vildgrube@mail.ru](mailto:s.vildgrube@mail.ru).

**URL:** <http://donnu.ru/vestnikD>.

*Печатается по решению Учёного совета ФГБОУ ВО «Донецкий государственный университет».  
Протокол 11 от 01.10.2024.*

© ФГБОУ ВО «Донецкий государственный университет», 2024

# Вестник Донецкого национального университета

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

ОСНОВАН В 1997 ГОДУ

Серия Д: Филология и  
психология

№ 4/2024

---

## СОДЕРЖАНИЕ

### Филология

- Джелалова Л. А.* Русские пословицы в пространстве индивидуальной коммуникативной модели [A=B] 5
- Калинкин В. М.* «Драматические исследования» А.С. Пушкина в свете задач поэтонимографии 18
- Прокурова Н. С., Паненко Е. А.* Живой портрет каторги на страницах книги В.М. Дорошевича «Сахалин. Каторга и преступления» (к 160-летию со дня рождения писателя) 28
- Соснина Л. В.* Идиоматичность имен прилагательных 40
- Москаленко О. А., Глухов Н. М.* Воссоздание образа родины в переводах лирики В. Высоцкого и рэп-исполнителя «Хаски» на английский язык 51
- Мызникова Я. В.* Наименования одежды и обуви в русских говорах Симбирского Поволжья: этнолингвистический и ареальный аспекты 61
- Назар Р. Н.* Аббревиация как способ словообразования военной терминологии в реалиях современного Донбасса (на материале текстов СМИ) 76
- Рязанова В. А.* Материал «Толкового словаря сложносокращённых слов русского языка» в прескриптивном аспекте 89
- Криволап С. С.* Фразеологические единицы с сакральными компонентами *бог, рай, душа, черт* в творчестве Александра Твардовского (на материале ранней и военной поэзии) 99
- Кривченко Е. А.* Косвенные речевые акты в речевой агрессии (на материале произведений В. В. Вересаева «Записки врача» и Д. А. Правдина «Записки районного хирурга») 111
- Смирнова И. В.* Мошеннический дискурс: стратегия «апелляции к жалости» 123
- Сорокин А. А.* Ассоциирование патриотизма и моды как 133

# Bulletin of Donetsk National University

SCIENTIFIC JOURNAL

FOUNDED IN 1997

**Series D: Philology and  
Psychology**

**No 4/2024**

---

## CONTENTS

### *Philology*

<i>Dzhelalova L.A.</i> Russian proverbs in the space of an individual communication model [A=B]	5
<i>Kalinkin V.M.</i> «Dramatic studies» by A.S. Pushkin in light of objectives of poetonymography	18
<i>Prokurova N.S., Panenko E.A.</i> Living portrait of servitude in “Sakhalin. Hard Labour. Criminals” by V.M. Doroshevich (to writer’s 160 <sup>th</sup> anniversary)	28
<i>Sosnina L.V.</i> Idiomaticity of adjectives	40
<i>Moskalenko O.A., Glukhov N.M.</i> Image of Motherland in Translations of Lyrics by V. Vysotsky and Husky into English	51
<i>Myznikova Y.V.</i> Names of clothes and footwear in Russian dialects of the Simbirsk Volga region: ethnolinguistic and areal aspects	61
<i>Nazar R.N.</i> Abbreviation as way of forming military terminology in realia of modern Donbass (based on media texts)	76
<i>Ryazanova V.A.</i> Material of "Explanatory Dictionary of Compound Abbreviated Words of the Russian Language" in prescriptive aspect	89
<i>Krivolap S.S.</i> Phraseological units with sacred components <i>God, paradise, soul, devil</i> in works by Alexander Tvardovsky (based on early and military poetry)	99
<i>Krivchenko E.A.</i> Indirect speech acts in speech aggression (based on «Notes of a doctor» by V. V. Veresaev and «Notes of a district surgeon» by D. A. Pravdin)	111
<i>Smirnova I.V.</i> The fraudulent discourse: strategy of appeal to pity	123
<i>Sorokin A.A.</i> Associating patriotism and fashion as counterproductive media strategy	133
<i>Heydari A., Hosseini A.</i> Military and military technical terminology in Russian, English and Persian languages)	148

Научная статья  
УДК 070.1+323.21  
DOI: 10.5281/zenodo.13997876

## АССОЦИИРОВАНИЕ ПАТРИОТИЗМА И МОДЫ КАК КОНТРПРОДУКТИВНАЯ МЕДИЙНАЯ СТРАТЕГИЯ

© 2024 А.А. Сорокин

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

ORCID 0000-0002-2432-4179



Эта статья доступна по лицензии Attribution 4.0 International  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ru>

---

Статья посвящена исследованию тенденции к ассоциированию патриотизма и моды в рамках современных медийных стратегий. Автор проводит анализ исторической эволюции представлений о патриотизме в России, отмечая изменения в его восприятии и продвижении в различные исторические эпохи. Особое внимание уделяется изучению медийных попыток ассоциирования феноменов патриотизма и моды. Доказывается контрпродуктивность эксплуатации понятия «мода» как инструмента пропаганды патриотических идей. Делается вывод, что подобные подходы не только не способствуют укреплению традиционных духовно-нравственных ценностей, но и могут приводить к их девальвации. Автор подчеркивает важность понимания различий между патриотизмом и модой, указывая на риски, связанные с их некорректным совмещением в рамках медийного дискурса.

**Ключевые слова:** медиа, мода, патриотизм, ассоциации, развитие России, традиционные ценности, национальная идея, историческая память.

---

**Для цитирования:** Сорокин А.А. Ассоциирование патриотизма и моды как контрпродуктивная медийная стратегия / А.А. Сорокин // Вестник Донецкого национального университета. Серия Д. Филология и психология. – 2024. – № 4. – С. 133–147. – <https://doi.org/10.5281/zenodo.13997876>.

**Введение.** В середине 2020-х мы наблюдаем новый виток исторического развития России. Меняются принципы управления государством, новое значение приобретают национальные ценности, наблюдаются попытки гармонизации интересов государства, общества и личности, на иную стадию развития переходят политические и социально-экономические отношения в обществе. Концепция национальной безопасности изменилась, в том числе вследствие событий специальной военной операции, начавшейся в 2022 году, это привело к кардинальному изменению положения России в системе международных отношений. Во внутренней политике усовершенствовалась система национальных интересов, большее внимание стало уделяться развитию духовно-нравственных основ общества. В условиях этих изменений патриотизм становится не просто государственной идеологией, но и важным культурным кодом, который пронизывает все аспекты общественной жизни.

В этой связи закономерным стало обращение к мировоззренческим концепциям, связанным с патриотической идеей, с её местом в жизни общества, с влиянием патриотических настроений на важнейшие сферы жизни: идеологию, политику, экономику, культуру. Учитывая эволюцию и разнонаправленность патриотических

концепций на протяжении всей истории российского государства, неизбежным является проистекающий в настоящее время определенный поиск универсальной идеи в этом вопросе и в продвижении концепции государственного патриотизма на уровень общественного сознания. Важным аспектом современной дискуссии является восприятие патриотизма через призму медиа, где ключевые идеи и ценности транслируются, перерабатываются и получают новый смысл.

В медиaprостранстве патриотизм нередко позиционируется как «модный» тренд, что вызывает вопросы о корректности использования таких характеристик в отношении ценностей, которые традиционно считаются фундаментальными и неизменными.

Так, одной из популярных стратегий продвижения патриотических идей в медийном дискурсе стала эксплуатация понятия моды. Характеризуя социальные категории и общественные процессы как «модные», авторы часто имеют в виду популярность того или иного понятия, не учитывая другие смыслообразующие его характеристики. Например, в отношении к предмету нашего исследования депутат Государственной думы РФ Владимир Бурматов сформулировал тезис: «Патриотизм должен быть модным, и патриотом должно быть очень модно» [29]. В средствах массовой информации можно найти множество примеров приложения понятия моды к такой важной социальной ценности как патриотизм [46; 49]. В данном исследовании мы кратко рассмотрим эволюцию концепции патриотизма в российской медиа-истории и обозначим соотношение моды и патриотических идей на современном этапе.

**Основная часть.** Понятие моды как социальной категории рассматривалось многими исследователями через социологические и культурологические подходы. Долгое время в науке превалировала точка зрения, что данный феномен соотносится исключительно с вестиментарной модой, т.е. модой в одежде. В этом ключе мода рассматривалась и как особая знаковая система в общественных отношениях, определенный код, сообщающий информацию о носителях определенного костюма. Пионером такого подхода стал Р. Барт [2; 3]. Однако еще раньше Георг Зиммель отмечал, что мода не может быть принята абсолютно всеми, поскольку отражает характеристики определенного временного отрезка. Исследователь подчеркивал, что именно быстротечный характер моды привлекателен для людей, мода «есть одновременно бытие и небытие, находится всегда на водоразделе между прошлым и будущим и, пока она в расцвете, дает нам такое сильное чувство настоящего, как немногие другие явления» [9, с. 275].

Как подчеркивают исследователи А.А. Жилина и С.М. Моор [8], понятие моды в определенной степени отражает общественные процессы и становится фактором, определяющим их появление и развитие. Принимая во внимание общественный характер «моды» как кросскультурной категории, Е.В. Васильева [4, с. 28–30] подчеркивает ее фундаментальную характеристику – рецепцию нового, при этом напоминая, что одним из основных признаков моды является ее изменчивость. В связи с этим возникают вопросы корректности конструирования ассоциаций между понятием «мода» и традиционными российскими духовно-нравственными ценностями, зафиксированными в государственных документах Российской Федерации [22], одной из которых является патриотизм.

Говоря о патриотизме как государственной идеологии, необходимо вспомнить, что в дореволюционной, советской и современной истории России отношение к патриотизму и принятие патриотической идеи на общественном и государственном уровнях не всегда было однозначным.

Само понятие, а значит, и начало общественных дискуссий вокруг него, фиксируется исследователями в античные времена с появлением слова. Важно разобраться в дефинициях *понятие* и *слово*. Мы придерживаемся точки зрения немецкого философа Райнхарта Козеллека, который отмечал, что понятие, несмотря на то что обозначено словом, всегда более многозначно: «Слово становится понятием, если в него целиком вмещается вся полнота общественно-политического контекста значений, в котором – и для которого – употребляется это слово» [14, с. 37].

Многие слова общественно-политического словаря пришли в нашу культуру из античности, зачастую значения их со временем уточнялись или трансформировались. Эти процессы произошли и со словом *патриот*.

В Древней Греции слово *πατριώτης* вмещало понятие ‘соотечественник, земляк’. Определение соотечественника в данном случае скорее географическое, не имеющее оценочной или эмоциональной характеристики, соотносимой с теми смыслами, которые мы привыкли вкладывать в слова *патриот*, *патриотизм*. В античности оно чаще всего использовалось по отношению к приезжим из другой страны.

Но понятие, к которому мы сегодня привыкли, включающее в себя ‘любовь к родине’, ‘защиту Отечества’, ‘гордость за страну’ и т.д., безусловно в Древней Греции существовало и более всего соотносилось со словом *φιλόπολις*, а кроме этого, даже соотносилось с добродетелью необходимой для благородного мужа *φιλόπολις ἀρετή*. Эта лексическая коллизия стала предметом полемики исследователей относительно характера различных «патриотизмов», имеющих отношение к городу-полису (*πολις*), к стране и государству [13; 19]. Несмотря на разное словоупотребление в классическом переводе «Истории» Фукидида [61], Г.А. Стратановский использует слово *патриотизм* для обозначения понятия, точно передающего контекст и понятие «земляк» в контексте произведения уже не играет никакой роли<sup>8</sup> [59, с. 304].

В русском языке и российской истории можно проследить различное эмоциональное и содержательное отношение к понятию *патриотизм*.

В российской печати слово *патриот* впервые было использовано в XVIII веке в сочинении П.П. Шафирова, в котором автор в сноске расшифровал заимствование как «Отечества сын». Таким образом, возможно, впервые была зафиксирована синонимическая пара: *патриот – сын Отечества*. При этом, конечно, нельзя отрицать, что тема любви к Отечеству прослеживается еще в памятниках Древней Руси, например в таких произведениях как «Слово о погибели Земли русской», «Поучение» князя Владимира Мономаха, «Повесть о разорении Рязани Батыем» и т.п. Существует мнение, что под словосочетанием *русская земля* средневековые русские авторы имели в виду не государство, а некую христианскую общность [45]. Мы склонны понимать под этим словосочетанием метафорическую отсылку к понятию *родина*, поскольку было бы некорректно говорить о существовании русского государства в XIII веке.

<sup>8</sup> Например: «И я надеюсь, что никто здесь не станет думать обо мне хуже оттого, что я, считавшийся в родном городе патриотом (*φιλόπολις ποτε δοκῶν εἶναι*), теперь, заодно со злейшими врагами, яростно нападаю на него, или же объяснять мои слова озлоблением изгнанника. Правда, я — изгнанник, но бежал от низости моих врагов, а не для того чтобы своими советами оказывать вам услуги. Злейшими врагами я считаю не вас, которые открыто на войне причинили вред неприятелю, а тех, кто заставил друзей Афин перейти в стан врагов. Пока я безопасно пользовался гражданскими правами, я любил отечество, но в теперешнем моем положении, после того как мне нанесли тяжелую и несправедливую обиду, я — уже не патриот (*τό τε φιλόπολι οὐκ ἐν ᾧ ἀδικοῦμαι ἔχω*). Впрочем, я полагаю, что даже и теперь я не иду против отечества, так как у меня его нет, но стремлюсь вновь обрести его. Ведь истинный друг своей родины (*φιλόπολις οὗτος ὀρθῶς*) не тот, кто, несправедливо утратив ее, не идет против нее, но тот, кто, любя родину, всячески стремится вновь обрести ее» [61, с. 304].

В XIX веке свою трактовку патриотизма предложил Н.М. Карамзин, противопоставив ее популярной в то время галломании. Свои идеи он описал в статье «О любви к Отечеству и народной гордости» [12, с. 177–184], утвердив тезис «кто самого себя не уважает, того, без сомнения, и другие уважать не будут».

В дальнейшем участники общественно-политического процесса в России начала-середины XIX века по-разному интерпретировали сущность понятие патриотизма. По мнению С.М. Сергеева, участники тайного общества декабристов понимали патриотизм как служение Отечеству, но не служение Царю, «их патриотизм – уже не династический, а националистический, патриотизм граждан, а не верноподданных» [20, с. 80]. А.И. Герцен подчеркивал, что для Николая I «религия, патриотизм были всего лишь средством укрепить самодержавие, народ никогда не обманывался насчет национализма Николая; ярчайшее выражение его царствования – девиз деспотизма: "Пусть погибнет Россия, лишь бы власть осталась неограниченной и нерушимой"» [6].

Такие идеи патриотизма контрастировали с пониманием патриотизма у власть предержащих. Понадобилась идея, которая объединила бы разные слои общества. Позже, в 1833 году, министр просвещения С.С. Уваров сформулировал основу правления Николая I в знаменитой идеологической триаде: «1) Православная Вера. 2) Самодержавие. 3) Народность» [21, с. 70–72].

До 1917 года государственная идея и вся жизнь в России были подчинены традициям национального патриотизма, что также соответствовало идеологиям европейских стран. В официальной идеологии государства преобладали национальный консерватизм, патернализм и ориентация на религиозную мораль. При этом подобный подход не являлся следствием европейской моды, а воспринимался как органичный, соответствующий духу времени и морали государственный конструкт.

События 1917 года стали катализатором нового витка общественной мысли. Патриотические идеи прошлого явились противоречием для новой государственной доктрины. Практики и теоретики построения нового мира взяли на вооружение тезис Карла Маркса, утверждая, что «рабочие не имеют отечества»: «У них нельзя отнять то, чего у них нет. Так как пролетариат должен прежде всего завоевать политическое господство, подняться до положения национального класса, конституироваться как нация, он сам пока еще национален, хотя совсем не в том смысле, как понимает это буржуазия» [17, с. 44].

Идеи классика учения развил В.И. Ленин в статье «Критические заметки по национальному вопросу»: «Может великорусский марксист принять лозунг национальной, великорусской, культуры? Нет. Такого человека надо поместить среди националистов, а не марксистов. Наше дело – бороться с господствующей, черносотенной и буржуазной национальной культурой великороссов, развивая исключительно в интернациональном духе и в теснейшем союзе с рабочими иных стран те зачатки, которые имеются и в нашей истории демократического и рабочего движения» [15, с. 122].

Можно ли говорить, что новая доктрина, нивелирующая любовь к Отечеству, бичующая какое бы то ни было национальное достояние, и последовавшая за этим топонимическая революция с разрушением «царских» памятников и переименованием городов и улиц – была следствием «моды» на марксизм и революцию? Очевидно, это была целенаправленная стратегия нового государства, без каких-либо ссылок на моду, тем более учитывая подражательный характер феномена «моды». Образец для подражания [18] в сфере строительства государств подобного типа просто

отсутствовал. Базисом для революции служили идеи классиков социально-философских учений, в основном, утопического характера.

Известно, что отрицание патриотической идеи на волне строительства «нового мира» продержалось недолго. Уже в 1918 году на фоне западной интервенции, гражданской войны и борьбы с Белым движением Ленин вернулся к идее «защиты Отечества». В стране вновь начали эксплуатироваться патриотические символы, от образов в наглядной агитации до головного убора красноармейцев – «богатырки», позже названной «буденовкой» [5].

Эволюция патриотической идеи в годы советской власти претерпела различные идеологические трансформации, которые диктовались прежде всего не желанием руководства страны навязать новую моду гражданскому обществу, но внешними причинами, серьезно влияющими на развитие страны, историческим курсом и безопасностью государства. Даже несмотря на заметное отрицание патриотического концепта в 1930 годах, настроение приверженности к отстаиванию национальных идеалов сохранялось. Наиболее яркие примеры эксплицитного отрицания патриотизма на государственном уровне находим в тезисах наркома образования А.В. Луначарского в докладе на I Всесоюзном учительском съезде «Задачи просвещения в системе советского строительства» [16, с. 260–292] в январе 1925 года: «идея "патриотизма" – идея насквозь лживая». Однако во время реальной угрозы государству в начале Великой Отечественной войны на параде уходящих на фронт войск И.В. Сталин призвал вдохновляться в сражениях «мужественными образами наших великих предков» – Александра Невского, Дмитрия Донского, Кузьмы Минина и Дмитрия Пожарского, Суворова и Кутузова.

Именно эта идеология на долгие годы советской власти и современной России стала образцом приверженности идеалам Отечества и сохранения исторической памяти.

В 2022 году президентом России В.В. Путиным был подписан указ «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» [22]. Данным указом законодательно определено, которое долгое время вызывало споры в российской публицистике, – «нравственные ориентиры, формирующие мировоззрение граждан России, передаваемые от поколения к поколению, лежащие в основе общероссийской гражданской идентичности и единого культурного пространства страны, укрепляющие гражданское единство». В список традиционных ценностей наряду с патриотизмом вошли жизнь, достоинство, права и свободы человека, гражданственность, служение Отечеству и ответственность за его судьбу, высокие нравственные идеалы, крепкая семья, созидательный труд, приоритет духовного над материальным, гуманизм, милосердие, справедливость, коллективизм, взаимопомощь и взаимоуважение, историческая память и преемственность поколений, единство народов России.

Принимая во внимание эволюцию патриотического концепта на протяжении исторического пути развития России, можно проследить преемственность обобщенной идеи «любви к Отечеству» и в годы Древней Руси, и во времена Российской империи, и в СССР, и в современной России. Несмотря на нюансы толкования понятия, важно отметить вневременной характер патриотизма. При рассмотрении современных стратегий продвижения патриотизма в медиадискурсе возникает вопрос о продуктивности и целесообразности понятия моды по отношению к традиционным ценностям.

Анализируя тексты медиа, можно заметить, что современные публицисты, общественные и политические деятели часто используют вербальную конструкцию

«сделать что-либо модным» как риторический прием и инструмент привлечения аудитории для продвижения тех или иных идей. Вот только несколько примеров подобного словоупотребления:

- «Русский язык нужно сделать модным, он должен стать языком социальных сетей, считает вице-спикер Госдумы Борис Чернышов» [30];
- «Я считаю, что казахский нужно сделать модным, – заявляет Ерлан Рахимов» [42];
- «А в основу всех тренингов мы должны заложить основную идею: «Бизнес нужно сделать модным!», – поделился впечатлениями Александр Макаров» [27];
- «...чтобы молодежь пришла в бобслей, его нужно сделать более популярным, более модным», – заявил двукратный призер Олимпийских Игр, бобслеист Алексей Воевода в ходе пресс-конференции» [24];
- Волонтерство нужно сделать модным [34];
- «...нужно сделать модным трендом замену полиэтиленовых пакетов на многоразовые складные сумки-шоперы из переработанного пластика» [62];
- «По мнению Шефира, украинский язык нужно сделать модным» [39];
- «Занятия спортом нужно сделать модным трендом для россиян» [51];
- «Выход есть: чтение нужно сделать модным» [36];
- «Нужно сделать модным среди татар разговаривать на родном языке» [23];
- «Изучение башкирского языка нужно сделать модным» [56];
- «На мой взгляд, отдых в России нужно сделать модным и престижным» [40];
- «Я считаю, что отдельный сбор мусора нужно сделать модным и думать, как это поощрять, чтобы инициативы шли снизу» [35];
- «Прежде всего нужно продвигать чтение. Оно должно стать модным - как секс, наркотики и рок-н-ролл...» [41];
- «Светоотражающие элементы нужно сделать модным трендом» [58];
- «Нужно сделать модным быть многодетными» [52];
- «Сертификат вакцинации нужно сделать модным» [33];
- «Кроме того, нужно сделать модным интерес к посещению музеев» [57];
- «Нужно сделать модным благотворительное движение» [43];
- «Нужно сделать модным здоровый образ жизни, проводить профилактическую работу». [44];
- «На мой взгляд, просто нужно сделать модным пение вживую» [26];
- «Благоустройство нужно сделать модным» [57].

Приведем пример позиционирования патриотизма как «модной» стратегии: в программе Г.Г. Слышкина «Галактика языка» на телерадиоканале «Русский мир» общественный деятель Н.В. Локтева высказала мысль о продвижении патриотизма среди молодежи: «Я бы предложила разговаривать с нашей молодежью о патриотизме через референтные модели, которые могут быть модными, которым хочется подражать» [37].

Кроме этого, в медиа встречаются и другие конструкции, ассоциирующие моду с патриотизмом. Вот некоторые заголовки публикаций в сети Интернет:

- «Мода на патриотизм» [55];
- В чем особенности патриотического феномена в моде [32];
- Что должно произойти в России, чтобы мода на патриотизм исчезла? [63];
- В защиту моды на патриотизм. Зачем она нужна и как влияет на политику [31];

- Мода на патриотизм. Как символы объединяют народ в нацию, придают ему государственность [49];
- «Мы хотим сделать патриотизм модным», – Руслан Соколов [50];
- Зачем нужна гражданственность и как сделать патриотизм модным и современным? [48];
- Ток-шоу «Патриотом быть модно!». Сценарий мероприятия для школьников [58];
- Патриотизм – последний модный тренд в Москве [38];
- Андрей Норкин рассказал о стремлении сделать патриотизм модным [25];
- Мода быть патриотом [28].

Понятие *мода* вошло в русский язык еще в XVIII веке, по традиции чаще всего его употребляли по отношению к «миру вещей» (одежде и предметам искусства). Но в переносном значении о моде часто говорят как о волне популярности чего-либо не только в культуре, но и в других сферах общественной жизни. Исследователь Л.В. Алексеенко подчеркивает, что мода не только феномен общества, но и элемент социально-производственной системы, который откладывает отпечаток на развитие общества и оставляет свой след в динамике и направлении развития каждой из его сфер [1, с. 284].

Разные исследователи этого феномена подчеркивают, что одной из системообразующих характеристик моды является ее временность, изменчивость, стремление к трансформации и угасанию [7].

Представляется, что соотнесение настолько неустойчивого и преходящего феномена с традиционными ценностями, передаваемыми из поколения в поколение, не просто нарушает саму природу государственных принципов, но и нивелируют ценностное начало государственной политики. Безусловно, даже после формулирования роли и значения российских традиционных ценностей в президентском указе многие дефиниции требуют конкретизации, содержательного дополнения. Однако все они касаются цивилизационных, а значит, вневременных вопросов: укрепления российской государственности, национальной идентичности, геополитического позиционирования России в меняющемся мире. В медиаполе нет смысла конструировать ассоциации между модой и национальными ценностями, к которым не применимы категории государственности и даже цивилизованности, поскольку таким образом мы придаем этим ценностям характеристики быстротечности и изменчивости.

Для исследования социального поведения в медиаполе важно, на наш взгляд, дифференцировать отличия между долгосрочными социальными феноменами такими как патриотизм, вера, отношение к родителям и т.д., и временными культурными трендами, к которым относится понятие моды. Несмотря на то, что оба типа этих явлений влияют на общественные настроения, их природа, причины возникновения и степень общественного влияния различны.

Долгосрочные социальные феномены обладают глубокой исторической основой и выражают устойчивые на протяжении нескольких поколений чувства и идеи. Патриотизм – это любовь к родине, преданность национальным ценностям и идеалам, которая в разной форме проявляется на протяжении веков. Этот феномен развивается параллельно с развитием наций, государств и обществ. В общем значении патриотизм не имеет ярко выраженных временных рамок. Как явление, он становится частью идентичности нации, несмотря на политические и социальные обстоятельства.

Мода относится к категории временных трендов, быстро меняющимся под влиянием внешних условий. Тренды часто возникают спонтанно и могут исчезать так же быстро, как появились. Причем, культурные тренды, обладающие временным характером, могут быть не только в моде, но также в музыке, искусстве, образе жизни и т.д.

Патриотизм, как долгосрочный феномен, формируется через институциональные механизмы: государственные программы, образовательные системы, культурные и религиозные организации. Это явление, как правило, поддержано традициями, праздниками, символами, литературой и т.д. – медиа в этом случае становятся вторичным средством, помогающим продвинуть идеи на уровне массового сознания, придавая им легитимный характер.

Напротив, мода и культурные тренды в основе своей не привязаны к традиционному или национальному началу. Их источники тесно связаны с популярной культурой, медиаиндустрией и различными проявлениями субкультур. Новые тренды распространяются через массмедиа, социальные сети и лидеров мнений, и подвержены влиянию рекламных кампаний и знаменитостей. В последние десятилетия социальные сети ускорили распространение трендов, делая их глобальными, но короткоживущими. Например, вирусные интернет-феномены (мемы, челленджи) или феномены сериальной культуры могут захватывать внимание миллионов людей, но их жизнь зачастую ограничена неделями или месяцами, даже если они тематически имеют отношение к долгосрочным ценностям. Ярким примером этого можно считать российский телесериал «Родина» о майоре морской пехоты Алексее Брагине, освобожденном из плена террористов на Северном Кавказе. Сериал стал российской адаптацией американского сериала «Родина» («Homeland»), который в свою очередь являлся адаптацией израильской теленовеллы «Военнопленные» («Prisoners of War»). Российская и американские вариации имеют одинаковое название и основной сюжет. В сериале поднимались важные темы патриотизма, верности и предательства. Предполагалось, что сериал выдержит несколько сезонов. В американской версии сериал выдержал восемь сезонов, в России «Родину» закрыли после первого сезона. Оценки на сервисе «Кинопоиск» для американской версии при 64 750 отзывах составили 8,6 баллов [46]. О российском варианте сериала высказались 30105 зрителей, средняя оценка – 6,4 балла [47]. Возможно, в этом случае нельзя не учитывать художественные и технические особенности картины, но важно, что первая публикация российской «Родины» на телеканале «Россия» фиксировалась как очень успешная с долей в 20%.

Долгосрочные феномены, такие как патриотизм, устойчивы ко времени и изменениям социальных условий. Патриотизм может пережить политические кризисы, социальные изменения и даже войны, поскольку его корни лежат глубже, чем поверхностные социальные или экономические обстоятельства. Даже в условиях современной глобализации патриотизм адаптируется, принимая новые формы и сочетаясь с интернациональными ценностями, но его основа остается неизменной. Учитывать этот феномен стали многие иностранные компании, пришедшие на российский рынок со своим менеджментом, продуктовой линейкой и маркетинговой политикой, сохраняя при этом условно патриотические названия брендов, и успешно работающие в России до 2022 года. Так сок «Добрый» производила «Coca-Cola», шоколад «Российский» со слоганом «Россия – щедрая душа» принадлежал швейцарской компании «Nestle», конфеты «Белочка» и «Мишка

на севере» – норвежской компании «Orkla». Бренд кваса «Хлебный край» принадлежал датской фирме «Carlsberg».

Мода и культурные тренды не обладают такой устойчивостью. Например, в мире моды изменения происходят сезонно – то, что популярно сегодня, завтра может оказаться забытым. Культурные тренды возникают в результате изменений вкусов и предпочтений целевой аудитории. К примеру, популярность того или иного музыкального жанра может быть временным явлением, поддерживаемым лишь определённым контекстом (например, популярностью кинотреков или YouTube-трендов).

Патриотизм влияет на общественные структуры на уровне формирования гражданской идентичности, единства наций и социального мироустройства. Он часто служит основой для формирования государственной политики и межгосударственных отношений. В то время как мода влияет преимущественно на поведение, образ жизни и вкусы людей. Временные тренды редко влияют на основные общественные структуры, однако они могут отражать социальные настроения и запросы.

Например, тренды могут служить индикатором изменений в обществе. Мода 1960-х годов, связанная с культурой хиппи, отражала протест против традиционных устоев и продвижение идеалов свободы и мира. Однако даже в таких случаях, как только культурные тренды перестают быть актуальными, их влияние на общество ослабевает. Подобные модные тренды в наши дни легко проследить в медиасреде, где возникают, захватывая огромные аудитории сервисы, сайты и приложения, а через некоторое время становятся совершенно забытыми. К примеру, такие сервисы как LiveInternet, Livejournal, Clubhouse в свое время сформировали целые субкультуры, отражая общественные настроения и свободу интернет-дискуссий. В середине 2020-х годов, несмотря на охваты аудитории, они перестали быть актуальными и не получили никакого технологического развития.

Таким образом, акцент на признаках феномена моды в отношении национальных ценностей и государственных принципов может нивелировать важное значение последних. Декларируя ценности, важные для страны и существования нации, необходимо учитывать не актуальность, а неизменность и фундаментальность этих ценностей.

Тем не менее, вопрос о продвижении традиционных российских ценностей в общественном дискурсе по-прежнему актуален. Для медиа, охватывающих молодежную аудиторию, это одна из важных задач, направленных на упрочение исторической памяти, сохранение национальной безопасности и противостояние деструктивным информационным потокам.

При разработке продуктивных стратегий в вопросе продвижения идеи патриотизма, возможно, стоит обратиться к концептуальным подходам, использовавшимся в Советском Союзе. Например, советский кинематограф служил одним из мощных инструментов пропаганды и формирования патриотических ценностей. Стратегии продвижения патриотизма не рассматривались в контексте «модных», но на примерах исторических персонажей, отношений между людьми или демонстрации жанровых бытовых сцен показывали лучшие образцы гордости за страну и национальные идеалы. Фильм «Александр Невский» (1938) режиссера Сергея Эйзенштейна представил яркую иллюстрацию патриотической темы через героизацию исторических личностей. Александр Невский стал символом единства нации и борьбы за независимость против внешних врагов. «Летят журавли» (1957) Михаила Калатозова, на первый взгляд не имел вообще никакой пропагандистской направленности, но представил личные трагедии войны, показал ценности человеческих взаимоотношений и самоотверженности. Культовый фильм «Офицеры» (1971) обогатил русский язык крылатым выражением «Есть такая

профессия – Родину защищать», показав эстафету судеб людей, которые посвятили себя готовности к самопожертвованию ради общего блага.

Эти и другие фильмы стали классикой не только советского, но и мирового кинематографа, являя собой пример успешной стратегии продвижения патриотизма как категории, независимой от веяний времени и моды. Безусловно, подобные образцы кинематографа есть и в наши дни, патриотическим темам в кино уделяется много внимания, важно подчеркнуть, что одной темы в условиях жесткой мировой киноконкуренции недостаточно, необходимо также работать над художественными достоинствами работ.

Кинематограф, игровая индустрия, новые медиа и другие феномены современной медиакультуры благодаря ярким визуальным образам, интерактивности и персонализированности обладают огромным, еще не до конца изученным потенциалом для продвижения патриотизма в общественное сознание, развития чувства гордости и уважения к своему национальному наследию.

**Заключение.** Анализ понятия патриотизма в контексте попыток его ассоциирования с модой выявляет глубокие противоречия между этими категориями. Патриотизм по своей природе не может быть изменчивым или временным как это свойственно моде. Его содержание и направленность формируются, прежде всего, духовными и моральными устоями общества, историческим наследием, которое питает жизнь поколений. Важность патриотизма особенно возрастает в периоды исторических кризисов, когда общество сталкивается с вызовами, требующими максимального напряжения сил граждан: войны, социальные конфликты, революции и другие потрясения. В такие моменты патриотизм проявляется в благородных поступках и готовности к самопожертвованию.

Сегодня, когда в России продолжается процесс формирования национальной идеи, патриотизм рассматривается как ключевой компонент, способный объединить общество и укрепить государство. Патриотизм не сводится к временной или популярной тенденции; это искренняя и самоотверженная любовь граждан к своей стране, уважение к ее культуре, традициям и сохранению исторической памяти. Он выражается в последовательной защите законных интересов и прав всех граждан, в реальных действиях, направленных на благо каждого человека и всей нации.

Важность медийных каналов в формировании и продвижении патриотизма среди молодежи невозможно недооценить. Сегодня медиа играют ключевую роль в создании положительного имиджа страны и формировании гражданской идентичности. Однако подход к освещению патриотизма должен основываться на вечных и непреходящих ценностях, чтобы избежать дискредитации этого понятия через привязку к краткосрочным медийным трендам.

В медийном дискурсе при освещении проблем патриотизма необходимо выстраивать и продвигать ассоциации с понятиями, олицетворяющими вечные, незыблемые истины. Такой подход сможет обеспечить создание позитивного образа страны, привлечет внимание молодых людей и вдохновит их на активное участие в общественной жизни и развитии гражданского общества.

Долгосрочные социальные феномены, такие как патриотизм, и временные культурные тренды, такие как мода, представляют собой разные формы коллективного поведения и мышления. Первый – это устойчивое и глубокое явление, которое формирует и поддерживает основы социальных систем, а второй – это быстро меняющийся, но временный ответ на социальные, культурные и экономические

изменения. Оба явления важны для понимания структуры и динамики современного общества, однако их роли, влияние и устойчивость радикально отличаются.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеенко Л.В. Социология моды: классический социологический дискурс о моде / Л.В. Алексеенко // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2012. – №6. – С. 284–288.
2. Барт Р. Основы семиологии / Р. Барт // Французская семиотика. От структурализма к постструктурализму. – М.: 2000. – С. 247–311.
3. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Р. Барт; пер. с фр., вступ. ст. и сост. С.Н. Зенкина. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2003. – 512 с.
4. Васильева Е. Стратегия моды: феномен нового и принцип устойчивости / Е. Васильева // Теория моды: тело, одежда, культура. – 2019. – №52. – С. 28–30.
5. Военная одежда вооруженных сил СССР и России (1917–1990) / М.М. Хренов, И.Ф. Коновалов, Н.В. Дементюк, М.А. Теровкин. – М.: Воениздат, 1999. – 448 с.
6. Герцен А.И. Собрание сочинений в тридцати томах. Том седьмой. О развитии революционных идей в России. Произведения 1851–1852 годов. – М.: Издательство Академии Наук СССР, 1956. – 469 с.
7. Демшина А.Ю. Мода как феномен культуры / А.Ю. Демшина // Вестник культурологии. – 2016. – №4 (79). – С. 148–152.
8. Жилина А.А. Современное понимание сущности моды / А.А. Жилина, С.М. Моор // Russian Journal of Education and Psychology. – 2015. – №6 (50). – С. 101–110.
9. Зиммель Г. Избранное. Т. 2. Созерцание жизни. – М.: Юрист, 1996. – 607 с.
10. Игнатенко Е.А. Эстетическая диалектика моды: к постановке проблемы / Е.А. Игнатенко // Вестник Московского университета. Серия 7. Философия. – 2023. – №4. – С. 111–122.
11. Ильин А.Н. Мода как тенденция массовой культуры и ее влияние на человеческую субъектность / А.Н. Ильин // Вестник ОмГУ. – 2009. – №2. – С. 25–33.
12. Карамзин Н.М. Избранные произведения / Н.М. Карамзин. – М.: Детская литература, 1966. – 272 с.
13. Карпюк С.Г. Два патриотизма в «Истории» Фукидида / С.Г. Карпюк // Вестник РГГУ. Серия «Исторические науки». – 2010. – 10. – С. 101–116.
14. Козеллек Р. Введение / Р. Козеллек // Словарь основных исторических понятий: Избранные статьи: в 2 т. – Т.1. – М.: Новое литературное обозрение, 2014. – 728 с.
15. Ленин В.И. Критические заметки по национальному вопросу // Полн. собр. соч., т. 24. / В.И. Ленин. – М.: Издательство политической литературы, 1973. – С. 113–150.
16. Луначарский А.В. о народном образовании. Статьи и речи за период 1919–1929 гг. Вступит. статья И. Каирова. М., Изд-во Акад. пед. наук РСФСР, 1958. 559 с.
17. Маркс К. Манифест Коммунистической партии / К. Маркс, Ф. Энгельс. – М.: Политиздат, 1974. – 64 с.
18. Напсо М.Д. Мода как социальное явление / М.Д. Напсо // Философия и культура. – 2017. – №3. – С. 56–63.
19. Рунг Э.В. Понятие «Патриотизм» и его древнегреческие коннотации / Э.В. Рунг // Проблемы истории, филологии, культуры. – 2013. – №2 (40). – С. 304–314.
20. Сергеев С.М. Восстановление свободы. Демократический национализм декабристов / С.М. Сергеев // Вопросы национализма. – 2010. – №2 (2). – С. 78–118.
21. Уваров С.С. О некоторых общих началах, могущих служить руководством при управлении Министерством Народного Просвещения. 1833 г. / С.С. Уваров // Река времен / редколлегия: С.Г. Блинов [и др.]. – Москва: Эллис Лак: Тов-во «Река времен», 1995. – С. 70–72.
22. Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» // Собрание законодательства Российской Федерации от 2022 г., № 46, ст. 7977; Официальный интернет-портал правовой информации (www.pravo.gov.ru) от 09.11.2022 г. (№ 0001202211090019). (дата обращения: 12.08.2024).

#### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

23. Автономия татар Москвы: настоящее и будущее // Автономия татар Москвы [2021]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://avtonomiya.tatar/автономия-татар-москвы-настоящее-и-бу/> (дата обращения: 12.08.2024).

24. Алексей Воевода: бобслей нужно сделать модным // Смотрим. Сетевое издание [2011]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://smotrim.ru/article/2024042> (дата обращения: 12.08.2024).
25. Андрей Норкин рассказал о стремлении сделать патриотизм модным // Виралайф [2019]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://viralife.mirtesen.ru/blog/43897588654/Andrey-Norkin-rasskazal-o-stremlenii-sdelat-patriotizm-modnyim> (дата обращения: 12.08.2024).
26. Артист должен петь честно // SB.ru: [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/artist-dolzhen-pet-chestno.html> (дата обращения: 12.08.2024).
27. Бизнес нужно сделать модным! // Нижний Новгород онлайн [2015]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nn.ru/text/gorod/2015/09/07/26213023> (дата обращения: 12.08.2024).
28. Братерский А. Мода быть патриотом // Газета «Культура» [2020]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://portal-kultura.ru/articles/opinions/329778-moda-byt-patriotom> (дата обращения: 12.08.2024).
29. Бурматов: Патриотизм должен быть модным // Единая Россия [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://er.ru/activity/news/burmatov-patriotizm-dolzhen-byt-modnym> (дата обращения: 12.08.2024).
30. В Госдуме призвали сделать русский язык модным // РИА НОВОСТИ [2023]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20230615/yazyk-1878267940.html> (дата обращения: 12.08.2024).
31. В защиту моды на патриотизм. Зачем она нужна и как влияет на политику // Военное обозрение [2014]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://topwar.ru/41309-v-zaschitu-mody-na-patriotizm-zachem-ona-nuzhna-i-kak-vliyaet-na-politiku.html> (дата обращения: 12.08.2024).
32. В чем особенности патриотического феномена в моде // Be in open [2016]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.be-in.ru/ideas/37005-chto-takoe-patriotizm-v-mode> (дата обращения: 12.08.2024).
33. Вокруг QR-кодов и ПЦР-тестов зародился новый этикет // Мк.ру [2021]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mk.ru/social/2021/07/09/vokrug-qrkodov-i-pcrtestov-zarodilsyanovyy-etiket.html> (дата обращения: 12.08.2024).
34. Волонтерство должно стать модным трендом // Школа социального волонтерства [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://volonter-school.ru/2017/12/volonterstvo-dolzno-stat-modnym-trendom> (дата обращения: 12.08.2024).
35. Воронежский губернатор призвал чиновников поощрять раздельный сбор мусора // РИА Воронеж [2017]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://riavrn.ru/news/voronezhskiy-gubernator-prizval-chinovnikov-pooshchryat-razdelnyy-sbor-musora/> (дата обращения: 12.08.2024).
36. Выход есть: чтение нужно сделать модным // Библиотеки Архангельской области [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biblioteka29.ru/collegs/contests/iii-oblastnoy-konkurs-biblioteknykh-proektov-biblioinitsiativa-> (дата обращения: 12.08.2024).
37. Галактика языка. Патриотическое воспитание // Телеканал «Русский мир» [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=Xsjm-OHlpGE> (дата обращения: 12.08.2024).
38. Демирджян К. Патриотизм – последний модный тренд в Москве / К. Демирджян // Inopressa.ru. [2022]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.inopressa.ru/article/08Oct2014/wp/patriotism.html> (дата обращения: 12.08.2024).
39. Закон об украинском языке нужно отменить, считает бизнес-партнер Зеленского // РИА НОВОСТИ [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20190531/1555141110.html> (дата обращения: 12.08.2024).
40. Иванов В.В. // Национальный рейтинг. [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russia-rating.ru/%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2-%D0%B2-%D0%B2-2> (дата обращения: 12.08.2024).
41. Издатель Светлана Павелецкая: «Печатные издания не вымрут – люди дорожат тактильными ощущениями» // Коротко Про [2017]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kp.ua/culture/570650-yzdatel-svetlana-paveletskaia-pechatnye-yzdanyia-ne-vymrut-luidy-dorozhat-taktylnymy-oschuscheniyamy> (дата обращения: 12.08.2024).
42. Казахский надо сделать модным – преподаватель // Казахстанская правда [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kazpravda.kz/n/kazahskiy-nado-sdelat-modnym-prepodavatel>
43. Как благотворительность становится модной // НИУ ВШЭ [2017]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/news/science/206078128.html> (дата обращения: 12.08.2024).
44. Как в Орске работают врачи скорой помощи? // Ура56.Ру [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ural56.ru/news/521506> (дата обращения: 12.08.2024).

45. Как правильно родину любить // Европейский университет в Санкт-Петербурге [2020]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eusp.org/news/kak-pravilno-rodinu-lyubit-istorik-mikhail-krom-rasskazal-o-patriotizme-v-rossii-i-ego-proyavleniyakh> (дата обращения: 12.08.2024).
46. Кириягин К. Патриотизм должен быть модным! / К. Кириягин // Аргументы и факты [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ural.aif.ru/society/situation/1458303> (дата обращения: 12.08.2024).
47. Мода на патриотизм // Телерадиоканал «Русский мир»: [сайт]. [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ruskiymir.ru/publications/142172> (дата обращения: 12.08.2024).
48. Мы хотим сделать патриотизм модным - Руслан Соколов // Advertology. Наука о рекламе [2007]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/article44601.htm> (дата обращения: 12.08.2024).
49. Наталья Локтева: Россию нужно сделать модной // Радио Комсомольская правда [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://radiokp.ru/podcast/vremya-novykh-moskva/733030> (дата обращения: 12.08.2024).
50. О гражданственности и модном патриотизме // Женщины за мир [2015]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://women4peace.net/blog/2015/01/22/o-grazhdanstvennosti-i-modnom-patriotizme> (дата обращения: 12.08.2024).
51. Панов В. Мода на патриотизм / В. Панов // Столетие [2022]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.stoletie.ru/obschestvo/moda\\_na\\_patriotizm\\_932.htm](https://www.stoletie.ru/obschestvo/moda_na_patriotizm_932.htm) (дата обращения: 12.08.2024).
52. Первый форум многодетных и приемных семей // Ivanovo news [2015]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (<https://www.ivanovonews.ru/reports/1221897/>) (дата обращения: 12.08.2024).
53. Путин: Спорт должен стать модным трендом в жизни россиян // Российская газета [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2014/10/23/putin-anons.html> (дата обращения: 12.08.2024).
54. Радий Хабиров принял участие в закрытии Всероссийского съезда учителей // GTRK.TV [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://gtrk.tv/novosti/131469-radiy-habirov-prinyal-uchastie-zakrytii-vseros\[syiskogo-sezda-uchiteley](https://gtrk.tv/novosti/131469-radiy-habirov-prinyal-uchastie-zakrytii-vseros[syiskogo-sezda-uchiteley) (дата обращения: 12.08.2024).
55. Родина (сериал 2011 – 2020) // Кинопоиск. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kinopoisk.ru/series/574688/> (дата обращения: 12.08.2024).
56. Родина (сериал 2015) Кинопоиск. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kinopoisk.ru/series/838704/> (дата обращения: 12.08.2024).
57. Светлана Щербатых: «Благоустройство нужно сделать модным» // Официальный сайт Липецкого городского совета народных депутатов [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://oblsov.admlr.lipetsk.ru/news/smi/15391/> (дата обращения: 12.08.2024).
58. Светоотражающие элементы нужно сделать модным трендом // Северный город. Новости: [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.sgnorilsk.ru/2020/01/29/svetootrazhayushie-elementy-nuzhno-sdelat-modnym-trendom> (дата обращения: 12.08.2024).
59. Скульмовская Л.Г. Проектирование эмпирического исследования выпускной квалификационной работы / Л.Г. Скульмовская // Издательский дом «Среда» [2020]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://phsreda.com/e-publications/e-publication-198.pdf> (дата обращения: 12.08.2024).
60. Ток-шоу «Патриотом быть модно!» // Образовательная социальная сеть [2022]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nsportal.ru/shkola/vneklassnaya-rabota/library/2022/06/11/tok-shou-patriotom-byt-modno> (дата обращения: 12.08.2024).
61. Фукидид. История / Пер. и примеч. Г.А. Стратановского. Отв. ред. Я.М. Боровский. – Л. : Наука, 1981. – 542 с.
62. Читатели портала поделились идеями по развитию нацпроектов // Национальные проекты [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/news/chitateli-portala-natsionalnyeproekty-rf-podelilis-svoimi-ideyami-po-razvitiyu-natsproektov> (дата обращения: 12.08.2024).
63. Что должно произойти в России, чтобы мода на патриотизм исчезла? // Давай потремим [2024]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dzen.ru/a/XBOhRTTgSACrUOAb> (дата обращения: 12.08.2024).

## REFERENCES

1. Alekseenko L.V. (2012). Sociologiya mody: klassicheskij sociologicheskij diskurs o mode. [Sociology of fashion. Classical sociological discourse on fashion]. Aktual'nye problemy gumanitarnyh i estestvennyh nauk. [Current problems of the humanities and natural sciences] (6), 284. (In Russian)

2. Bart R. (2000) Osnovy semiologii [Fundamentals of semiology]// Frantsuzskaya semiotika. Ot strukturalizma k poststrukturalizmu. [French semiotics. From structuralism to poststructuralism] – M.: 2000. (In Russian)
3. Bart R. (2003) Sistema mody. Stat'i po semiotike kul'tury. [The fashion system. Articles on semiotics of culture]. M.: Izd-vo im. Sabashnikovyxh.
4. Vasil'eva E. (2019). Strategiya mody: fenomen novogo i princip ustojchivosti [Strategy of Fashion: The Phenomenon of the New and the Principle of Sustainability]. Teoriya mody: telo, odezhda, kul'tura. [Theory of fashion: body, clothing, culture] (52), 28-30. (In Russian)
5. Voennaya odezhda Vooruzhyonnyh Sil SSSR i Rossii (1917–1990-e gody). (1999). [Military clothing of the Armed Forces of the USSR and Russia (1917–1990)]. Moscow, Russia: Voenizdat. (In Russian)
6. Gercen A.I. (1956). O razvitii revolyucionnyh idej v Rossii. Sobranie sochinenij v 30 tomah. Tom 7. Proizvedeniya 1851-1852 godov. [Herzen A.I. Collected works in 30 volumes. Vol. 7. On the development of revolutionary ideas in Russia. Works of 1851-1852] (7), 201. Moscow, Russia, Publishing House of the Academy of Sciences of the USSR. (In Russian)
7. Demshina A.YU. (2016). Moda kak fenomen kul'tury [Fashion as a cultural phenomenon]. Vestnik kul'turologii [Herald of Culturology]. 4 (79), 148–152. (In Russian)
8. Zhilina A.A., Moor S.M. (2015) Sovremennoe ponimanie sushchnosti mody [Modern understanding of the essence of fashion]. Russian Journal of Education and Psychology. 6 (50), 101–108. (In Russian)
9. Zimmel G. (1996) Izbrannoe. T. 2. Sozercanie zhizni. [Simmel G. Favorites. T. 2. Contemplation of life]. Moscow, 607 p. (In Russian)
10. Ignatenko E.A. (2023) Esteticheskaya dialektika mody: k postanovke problemy [Aesthetic dialectics of fashion: towards a problem statement]. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 7. Filosofiya [LOMONOSOV PHILOSOPHY JOURNAL]. 47 (4), 111–122 (In Russian)
11. Il'in A.N. (2009) Moda kak tendenciya massovoj kul'tury i ee vliyanie na chelovecheskuyu sub"ektnost' [Fashion as a direction of mass culture and its influence on human subjectivity] Vestnik OmGU [HERALD OF OMSK UNIVERSITY]. (2), 25–33 (In Russian)
12. Karamzin N.M. (1966) O lyubvi k Otechestvu i narodnoj gordosti [About love for the Fatherland and national pride]/ Izbrannye proizvedeniya [Selected works], 177-184. Moscow (In Russian)
13. Karpyuk S. G. (2010). Dva patriotizma v «Istorii» Fukidida [Two patriotism in Thucydides' "History"]. Vestnik RGGU [Herald of the Russian State University. The series "Historical Sciences". History. Studia classica et mediaevalia] 10(53), 16 (In Russian)
14. Kozellek R. (2014) Vvedenie [Introduction]. Slovar' osnovnyh istoricheskikh ponyatij: Izbrannye stat'i v 2 t. [Dictionary of basic historical concepts]. (1), 36-37. Moscow, Russia, NLO (In Russian)
15. Lenin V. I. (1973) Kriticheskie zametki po nacional'nomu voprosu [Critical remarks on the national issue] Poln. sobr. soch., t. 24. [The Complete Works]. (24), 122 (In Russian)
16. Lunacharskij A.V. (1958). O narodnom obrazovanii [About public education]. Stat'i i rechi za period 1919–1929 gg. Vstupit. stat'ya I. Kairova. [Articles and speeches from 1919-1929]. Pp. 260-292. (In Russian)
17. Marks K., Engel's F. (1974). Manifest Kommunisticheskoy partii. [The Manifesto of the Communist Party]. P. 44. Moscow, Politizdat (In Russian)
18. Napso M.D. (2017). Moda kak social'noe yavlenie [Fashion as a social phenomenon]. Filosofiya i kul'tura [Philosophy and culture], (3) (In Russian)
19. Rung E.V. (2013). Ponyatie «Patriotizm» i ego drevnegrecheskie konnotacii [The concept of "patriotism" and its ancient Greek connotations]. Problemy istorii, filologii, kul'tury [Problems of history, philology and culture]. 2 (40) (In Russian)
20. Sergeev S.M. (2010) Vosstanovlenie svobody. Demokraticeskij nacionalizm dekabristov [Restoration of freedom. The democratic nationalism of the Decembrists]. Voprosy nacionalizma [Issues of nationalism]. 2 (2), 80 (In Russian)
21. Uvarov S.S. (1995). O nekotoryh obshchih nachalah, mogushchih sluzhit' rukovodstvom pri upravlenii Ministerstvom Narodnogo Prosveshcheniya. 1833 g. [About some general principles that can serve as a guide in the management of the Ministry of Public Education. 1833]. Reka vremen [The River of Time]. (1), 70–72 (In Russian)
22. Ukaz Prezidenta Rossijskoj Federacii ot 09.11.2022 № 809 «Ob utverzhdenii Osnov gosudarstvennoj politiki po sohraneniyu i ukrepleniyu tradicionnyh rossijskih duhovno-nravstvennyh cennostej» / Sobranie zakonodatel'stva Rossijskoj Federacii ot 2022 g. [Decree of the President of the Russian Federation No. 809 dated 11/19/2022 "On Approval of the Foundations of State Policy for the Preservation and Strengthening of Traditional Russian Spiritual and Moral Values"] № 46, st. 7977 ; Oficial'nyj internet-portal pravovoj informacii. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202211090019> (In Russian)

*Поступила в редакцию 29.08.2024 г.*

ASSOCIATING PATRIOTISM AND FASHION AS COUNTERPRODUCTIVE MEDIA STRATEGY

*A.A. Sorokin*

The article deals with the study of the phenomenon of the association of patriotism and fashion in the context of media strategies used in modern Russian society. The author analyzes the historical evolution of patriotism in Russia, pointing out to the changes in its perception and promotion in various historical epochs. A special attention is paid to the analysis of modern attempts to associate and integrate patriotic themes into the fashion industry, which, according to the author, often leads to counterproductive results. The article critically examines examples when fashion is used as a tool for promoting patriotic ideas, and concludes that such approaches do not only fail to contribute to strengthening traditional spiritual and moral values, but can also lead to their devaluation. The author emphasizes the importance of understanding the differences between patriotism and fashion, pointing out to the risks associated with their incorrect combination within the framework of media discourse.

**Keywords:** media, fashion, patriotism, associations, development of Russia, traditional values, national idea, historical memory.

**Сорокин Андрей Александрович**

Эксперт научно-исследовательской лаборатории  
«Лингвобезопасность и психология  
информационного воздействия».

Российская академия народного хозяйства и  
государственной службы при Президенте  
Российской Федерации, г. Москва, Российская  
Федерация.

ORCID 0000-0002-2432-4179

E-mail: [andsorokin@mail.ru](mailto:andsorokin@mail.ru).

**Sorokin Andrey Alexandrovich**

Expert of Scientific Research Laboratory "Linguistic  
Security and Psychology of Information Impact".

The Russian Presidential Academy of National  
Economy and Public Administration, Moscow,  
Russian Federation.

ORCID 0000-0002-2432-4179.

E-mail: [andsorokin@mail.ru](mailto:andsorokin@mail.ru).