

DOI 10.37386/2305-4077-2024-3-206-218

М. С. Асташина¹*Московский государственный психолого-педагогический университет (Москва, Россия)*

КОНЦЕПТ «ПАТРИОТ» В РЕКЛАМНЫХ ПОСТАХ ДЛЯ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЁЖИ (НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИКАЦИЙ ИЗ ОФИЦИАЛЬНОГО ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛА «РОСМОЛОДЁЖЬ»)²

Данная статья посвящена исследованию концепта «патриот» в рекламе проектов «Росмолодёжи» и ее партнеров, направленных на формирование патриотических убеждений среди российской молодёжи. Автор статьи анализирует лексические и стилистические приемы, которые используют авторы рекламных текстов в социальной сети Telegram для создания в сознании целевой аудитории (русской молодёжи) образа патриота. В результате исследования автором выделяются основные лингвистические стратегии и средства, с помощью которых формируется концепт «патриот» у адресатов рекламных текстов.

Ключевые слова: реклама, патриотическое воспитание, социальная реклама, патриотизм, медиакоммуникации

M. S. Astashina*Moscow State Psychological and Pedagogical University (Moscow, Russia)*

THE CONCEPT «PATRIOT» IN ADVERTISING POSTS FOR RUSSIAN YOUTH (BASED ON PUBLICATIONS FROM THE ROSMOLODEZH OFFICIAL TELEGRAM CHANNEL)

This article is devoted to the study of the concept PATRIOT in advertising posts aimed at forming patriotic beliefs among Russian youth. The author analyses the lexical and stylistic techniques used by the writers of advertising texts in the social network Telegram to create the image of a patriot in the minds of the target audience (Russian youth). As a result of the research the author identifies the main linguistic strategies and means by which the concept «patriot» is formed in the addressees of advertising texts.

Keywords: advertising, patriotic education, social advertising, patriotism, media communications

¹ Асташина Мария Сергеевна – аспирант кафедры «Лингводидактика и межкультурная коммуникация» института «Иностранные языки, современные коммуникации и управление» Московского государственного психолого-педагогического университета (Москва, Россия), e-mail: astmari-05@yandex.ru.

² Статья подготовлена в рамках выполнения государственного задания, номер 124052100046-3.

Введение

Патриотическое воспитание играет важную роль не только в самоопределении индивида, но и в формировании национальной идентичности, которая является особенно необходимой для светлого будущего страны. В связи с этим перед российским современным обществом стоит серьезная задача – поддерживать безопасную культуру в образовательной среде за счет повышения уровня государственного и национального патриотизма [См.: Михалкин, 2021, с. 95].

По мнению Л. Карпец, современное информационное общество находится на третьем этапе эволюции коммуникационного пространства, связанном с появлением новых методов коммуникации и дистанционной передачи информации [Карпец, 2014, с. 117]. Процесс развития «новой электронной технологии» способствует формированию «электронного пространства», которое сопровождается появлением медиадискурса, влияющим на языковое сознание носителей русского языка. Рекламные тексты активно используются как один из инструментов воздействия на сознание людей. Именно поэтому реклама обладает достаточным потенциалом, чтобы формировать патриотические установки у молодежи и продвигать в массы образ патриота, которому хочется подражать. Рекламу, которая активно сопровождает молодого человека офлайн и онлайн, в последние годы рассматривают как институт, обладающий мощным аксиологическим потенциалом в процессе производства социальных норм, а не просто как массивный поток информации о товаре или услуге [Уралева, 2011, с. 3].

Методы исследования

В рамках данного исследования была поставлена цель – выявить ключевые элементы лингвистических стратегий, применяемых в рекламных текстах для формирования образа патриота в сознании российской молодежи. Для достижения поставленной цели и решения задач исследования используется комплексный подход: анализируется вербальный и невербальный компонент телеграм-поста (взаимодействие текстовых, визуальных и звуковых компонентов) посредством контент-анализа и дискурс-анализа, что позволяет получить более полное и глубокое представление о механизмах создания образа патриота в рекламе и его влиянии на сознание и поведение молодежи. В качестве рекламных текстов было принято решение анализировать такие телеграм-посты, в которых содержится как прямая, так и скрытая реклама проектов Росмолодёжи и ее партнеров, а также информацию, которая представляет собой социальную рекламу.

Результаты и обсуждение

Раньше реклама являлась средством информирования, однако с развитием общества она приобрела новую функцию – стала средством пропаганды и воспитания [Бенева, 2019, с. 4]. В процессе формирования личности молодежи реклама оказывает влияние на выбор ценностей, а также способствует выработке определенной идеологии, тем самым вселяя дух патриотизма и создавая символические ценности [Андросова, 2015, с. 57].

Многообразие смыслов, содержащихся в рекламном сообщении, невозможно увидеть, ориентируясь на обыденное представление о рекламе. Как утверждает Р. Барт, изображение, а не вербальный текст считается человеком в первую очередь, поскольку языковое сообщение закрепляет и связывает текст с визуальным образом [Барт, 1994, с. 304]. В связи с этим к вербальным и невербальным элементам рекламного текста уделяется равное внимание [Фещенко, 2003, с. 192], так как они сопровождаются определенным контекстом, а также дешифруют и реализуют языковые приемы в речи. Поэтому важно помнить, что анализ текста является частью анализа дискурса, определяемого как коммуникативное событие и являющегося необходимой для его осмысления «сложной системой иерархии знаний, предполагающей интегрированные модели их обработки» [Караулов, 1989, с. 8].

В статье анализируется контент, публикуемый Федеральным агентством по делам молодежи в социальной сети Telegram, с целью определения концепта «патриот», который формируется в сознании молодых людей, а именно читателей официального телеграм-канала «Росмолодёжь»³.

Несмотря на то, что «концепт» представляет собой ключевое понятие в когнитивной лингвистике, до сих пор не существует единого определения данного явления. Сознание отдельно взятого индивида неповторимо, тем не менее, установленные в обществе и его культуре нормы, обычаи и традиции влияют на то, как он познает, воспринимает и концептуализирует мир. Поэтому специалистам сферы рекламы и медиа-индустрии важно профессионально и этично подходить к вопросу производства рекламы.

По словам профессора Ю. С. Степанова, «концепты – как бы сгустки культурной среды в сознании человека», «то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека», а также отражается как культурный компонент в языковой семантике [Степанов, 1997, с. 40]. Кроме того, способность «концентрировать в себе результаты дискурсивного мышления в их образно-оценочном и ценностно-ориентированном представлении» является главным качеством концепта, которое отражает ментальность народа [См.: Алефиренко, 2013, с. 116]. Кроме того, как утверждал профессор Д. С. Лихачев, концепт – «это личностное осмысление, интерпретация объективного значения и понятия как содержательного минимума значения» [Лихачев, 1997, с. 281]. Поэтому концепт существует в сознании человека как субъективно существующая единица. Данное языковое явление может пониматься как связь культуры и сознания людей: концепт – это особая форма, с помощью которой культура проникает в ментальный мир человека. Часто концепт определяется как отдельная единица коллективного сознания, которая хранится в национальной памяти носителей языка в вербально определенной форме.

³ Результаты исследования могут быть полезны не только действующим специалистам патриотического воспитания и молодежной политики, но и студентам-будущим учителям, поскольку в их процессе профессиональной подготовки особое внимание должно обращаться на формирование «профессионального мышления» [Тюхтина, 2022, с. 288], в том числе, какие ценности они транслируют своим ученикам через учебную и внеучебную деятельность, поведение и межличностное общение с учениками, родителями, коллегами.

Как было описано в ранее опубликованной статье [Асташина, 2023, с. 8], «патриотизм» является одним из аксиологических ориентиров, который продвигается Федеральным агентством по делам молодёжи в своем официальном телеграм-канале «Росмолодёжь». Поскольку «патриотизм» – это не товар или услуга (не проект Росмолодёжи), то в рамках исследования кажется логичным относить призыв «быть патриотом» и каким к категории «социальная реклама», поскольку она представляет собой «информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства» [Федеральный закон, 2006, с. 2].

Важно отметить, что образ патриота создается не только через тексты (вербальные и невербальные) самих публикаций, но и посредством хэштега, приковывающего взгляд читателя к теме публикуемого контента (#ПроРодину). Интересным для исследования представляется то, что понятие «патриотизм» Росмолодёжь определяет шире, чем просто любовь к своей стране. Например, пост от 3 апреля 2023 [Росмолодёжь, 2023] косвенно рекламирует проекты Росмолодёжи в общем и в частности (программа Роспатриот), призывая молодежь не только регистрироваться на форумы, но и быть патриотами: «Посмотреть видео Росмолодёжи – несколько секунд. Зарегистрироваться на Всероссийский патриотический форум – несколько минут. Быть патриотом – всю жизнь». Данную публикацию авторы заканчивают градацией (несколько секунд, несколько минут, всю жизнь), чтобы подчеркнуть важность патриотизма в жизни отдельного человека. Кроме того, видеоролик, сопровождающий текст поста, демонстрирует 5 из 10 граней патриотизма, к которым относятся история, культура, спорт, медиа, добровольчество. К сожалению, вторая часть данной серии (другие 5 граней патриотизма) пока не опубликованы, однако текстовая составляющая опубликованной публикации содержит следующее дополнение к концепту «патриотизм»: «одна из значимых черт патриотизма – готовность в трудное время защитить нашу Родину, знание истории Родины, уважение к культуре народов Родины, желание помогать окружающим».

Проанализировав публикации в период с 2020 по 2023 годы, можно сделать следующий вывод: слово «патриот» встречается 21 раз. Данная лексема используется как самостоятельная единица в тексте (18 раз – письменная часть публикаций), так и в названии проектов (например, Национальная премия «Патриот», памятник «Молодые патриоты – Сила Сибири», парк «Патриот», форум «Патриот»). Примечательно то, что в период с 2017 по 2020 годы данная лексема не встречается вовсе в публикациях Росмолодёжи. Этот факт говорит о том, что на тот период в истории развития российского общества не было острого социального запроса на патриотическое воспитание со стороны государства, который мы видим последние несколько лет, связанные с непростой геополитической обстановкой (в том числе информационной войной на просторах сети Интернет).

Проведенный контент-анализ по поиску ключевых слов позволяет также отметить, что фраза «Патриотом может быть каждый» встречается 3 раза: 2 раза в виде текста в публикациях от 4 декабря 2022 и 9 декабря (Росмолодёжь, 2022) и 1 раз в виде текста на картинке в публикации от 13 сентября 2022 (Росмолодёжь, 2022, рис. 1).

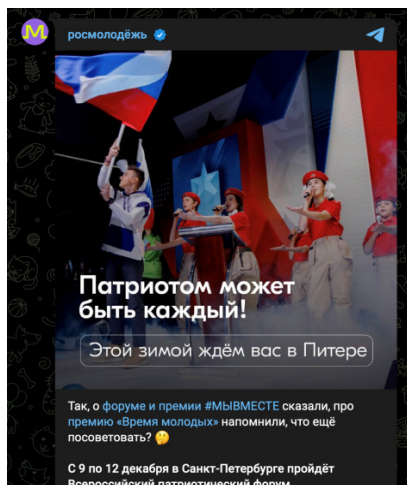


Рис. 1 Всероссийский патриотический форум (All-Russian patriotic forum). URL: <https://t.me/rosmolodez/5103>.

Данные публикации также сопровождаются хэштегами #ПроРодину, #ЯПатриот, #ДелатьДляБудущего и напоминают читателям (молодежи России), что «необязательно становиться великим, чтобы быть патриотом», поскольку патриотизм начинается с малого – «быть добрым и честным гражданином, заботиться о своей Родине».

В рамках данного исследования рассмотрены также публикации проекта Росмолодёжи #ТВОЙГЕРОЙ. Данный проект представляет собой серию из 32 публикаций про защитников-участников СВО, которые присоединились к проекту (первая публикация из этой серии, рис. 2).

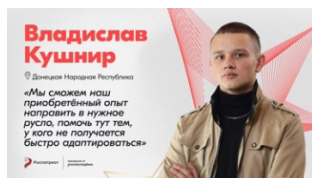


Рис. 2 Герой Владислав Кушнир из Донецкой Народной Республики (A Hero Vladislav Kushnir from the DNR). URL: <https://t.me/rosmolodez/7023>.

На первый взгляд, может показаться, что это информационные посты, которые содержат ответ на интервью в форме повествования. В то же время в каждой из публикаций содержится идея «патриотом может быть каждый». Кро-

ме того, все эти публикации отличаются единым стилем оформления, который напоминает билборд социальной рекламы, которая обычно встречается вдоль автострад или на автобусных остановках. Все публикации проекта оформлены в единой стилистике: текстовое сообщение и визуальное сопровождение (изображение-баннер). Баннер, который содержит в себе ключевые элементы: имя и фамилия героя, город проживания, цитата, логотип Роспатриота – проекта от Росмолодёжь.

Если проанализировать участников проекта, то можно заметить, что они также подтверждают идею *«патриотом может быть каждый»*. В рамках проекта представлены истории и мужчин, и женщин из разных субъектов России (рис. 3), поскольку *«Нет разницы, какой ты национальности, когда ты патриот своей страны»* (Росмолодёжь (Тагба Монге Херелович) 2023).

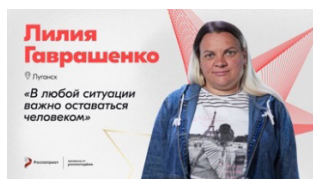


Рис. 3 Герой Лилия Гаврашенко из Луганска (A Hero Liliya Gavrashenko from Luhansk). URL: <https://t.me/rosmolodez/9156>.

Кроме того, среди участников проекта можно встретить не только граждан Российской Федерации, но и иностранца-француза Франсуа Модеме (рис. 4), который остался в России, чтобы защищать Донбасс, потому что *«он стал моим родным домом. С Россией в сердце»* (Роспатриот (Франсуа Модеме) 2023).

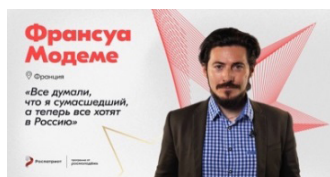


Рис. 4 Герой Франсуа Модеме из Франции (A Hero François Modème from France). URL: <https://t.me/rosmolodez/9312>.

В ходе анализа цитат, размещенных на картинках к постам, был сделан вывод, что «сердце» тесно связано с концептом «патриотизм», поскольку:

1. *«Патриотизм нельзя описать словами – это в сердце»* (Росмолодёжь (Рустам Рамазанов) 2023),

2. *«Патриотизм – это то, что идет от сердца»* (Росмолодёжь (Алексей Кутырёв) 2023).

Кроме того, сердце является источником искренних чувств и настоящей любви, а потому *«нельзя быть патриотом-лицемером, когда слова не совпадают с действиями»* [Росмолодёжь (Андрей Петров) 2023], поскольку, по мнению Андрея, *«патриот – это деловой, мыслящий, ответственный человек»*. Данное опре-

деление патриота коррелирует с ценностью Росмолодёжи «Быть, а не казаться», которая в свою очередь напоминает философию Эриха Фромма «Иметь или Быть?»⁴. Следует также отметить, что «патриотизм» связан с понятием «родина» и «малая родина» («Родина – место, где я живу. Люди, с кем я живу. Вся наша земля, все народы нашей необъятной страны») [Росмолодёжь (Максим Удовиченко) 2023], поэтому для некоторых участников «Патриотизм – это история моей семьи» [Росмолодёжь (Илья Бобров) 2023].

Говоря о том, что представляет собой сам образ патриота, можно выделить следующие характеристики (на основании анализа текстов проекта #ТВОЙ-ГЕРОЙ):

- Патриот – это человек («В любой ситуации важно оставаться человеком») [Росмолодёжь (Лилия Гаврашенко) 2023]),
- Патриот думает об окружающих («Жить нужно для того, чтобы принести пользу людям») [Росмолодёжь (Даниил Федорович) 2023]),
- Патриот сохраняет и защищает место, где живет («Россия – это дом, в котором мы живем, а свой дом нужно оберегать и защищать») [Росмолодёжь (Игорь Балаболенко) 2023]),
- Патриот готов делиться своим опытом и передавать его другим («Всё, с чем ты столкнулся в жизни, необходимо передавать дальше», [Росмолодёжь (Влад «Струна») 2023]),
- Патриоту свойственна взаимопомощь и взаимовыручка («Человек прекрасно понимает, что сегодня прикрывает он, а завтра прикроют его») [Росмолодёжь (Антон Филимонов) 2023]),
- Патриот неравнодушен к тому, что происходит вокруг него («...я не мог оставаться в стороне, на мой взгляд, это было бы неправильно», [Росмолодёжь (Руслан Александров) 2023], «Не могу понять парней, которые остаются в стороне») [Росмолодёжь (Александр Пулков) 2023]),
- Патриот действует сейчас, думая о последствиях и результатах своих действий в будущем («Мы сейчас строим будущее наших детей, нашей страны и всего мира») [Росмолодёжь (Алексей Савин) 2023], здесь снова используется градация – будущее детей, страны, мира).

Таким образом, можно сделать вывод, что представление о патриотизме в сознании молодёжи меняется, поскольку становится намного больше, чем просто любовь к родине. Вектор развития патриотизма направлен на воспитание созидательной и активной жизненной позиции, которая позволит молодым людям жить и создавать в России, влияя на будущее свой Родины.

Выводы

Поскольку 9 ноября 2022 года был принят Указ Президента Российской Федерации № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохра-

⁴ Более подробный анализ представлен в ранее опубликованной статье [Асташина, 2024, с. 5].

нению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» (Указ № 809 2022), то Федеральное агентство по делам молодежи, как и другие агенты социализации молодых людей, через свою деятельность должны развивать у молодежи традиционные ценности («патриотизм», «гражданственность», «служение Отечеству и ответственность за его судьбу» и другие). В связи с этим возрастает роль социальной рекламы в медиапространстве, которая распространяет идеи, необходимые государству, и занимается формированием человека, обладающего новой ментальностью [Водопьянова, 2009, с. 147].

В ходе исследования было выявлено, что основные лингвистические стратегии, применяемые в рекламных текстах в официальном телеграм-канале Росмолодёжи для создания образа патриота, включают в себя акцент не только на любовь и связь с сердцем, но и на простоту («патриотом может быть каждый»), личную заинтересованность, уважение, человечность и активную жизненную позицию. Эти стратегии направлены на формирование у молодежи чувства гордости за свою страну и стимулируют патриотические чувства. Кроме того, для создания образа патриота создатели рекламных сообщений в качестве главного героя используют обычного человека, показывая тем самым молодым людям, что быть патриотом несложно и под силу каждому, тем самым укрепляя единство граждан и создавая равные возможности для всех. Следует отметить, что результаты данного исследования могут стать методическим материалом для специалистов сферы патриотического воспитания, а также источником вдохновения для сотрудников рекламной индустрии и медиакоммуникаций для улучшения качества рекламных сообщений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Алефиренко, Н. Ф.** Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка: учеб. Пособие / Н. Ф. Алефиренко. – Москва: Флинта: Наука. – 360 с.
2. **Андросова, Л. А.** Ценности молодежи в современной рекламе: социологический анализ / Л. А. Андросова, И. Г. Кондратьева // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. – 2015. – № 4. – С. 54–58.
3. **Асташина, М. С.** Аксиологические ориентиры в социальной рекламе для российской молодежи / М. С. Асташина // Язык и текст. – 2023. – Т. 10. – № 2. – С. 5–13.
4. **Асташина, М. С.** Лексико-стилистический анализ рекламных текстов через призму философии Эриха Фромма («Иметь или Быть?») (на примере постов из официального телеграм-канала «Росмолодежь») / М. С. Асташина // Язык и текст. – 2024. – Т. 11. – № 1. – С. 5–16.
5. **Барт, Р.** Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Р. Барт. – Москва: Прогресс, 1994. – 616 с.
6. **Бенева, Л. М.** Значение рекламы в процессе формирования и воспитания гражданской идентичности и социализации подростка / Л. М. Бенева, А. Д. Гусева // Личность и общество. – 2019. – № 6. – С. 4–7.

7. **Водопьянова, Н. А.** Философия рекламы в контексте социогуманитарного знания / Н. А. Водопьянова // Современные проблемы науки и образования. – 2009. – № 5. – С. 146–149.
8. **Караулов, Ю. Н.** От грамматики текста к когнитивной теории дискурса / Ю. Н. Караулов, В. В. Петров // Т. А. ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация, пер. с англ./ Сост. В. В. Петрова; Под ред. В. И. Герасимова, – Москва: Прогресс, 1989. – С. 5–11.
9. **Карпец, Л.** Пространство посткнижной культуры в современном коммуникативном процессе / Л. Карпец // Rocznik Instytutu Polsko-Rosyjskiego. – 2014. – № 1 (6). – С. 111–120.
10. **Лихачев, Д. С.** Концептосфера русского языка / Д. С. Лихачев // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. – Москва: Academia, 1997. – С. 280–287.
11. **Михалкин, Н. В.** Способы и средства обеспечения безопасности образовательной среды в школе и вузе / Н. В. Михалкин, А. Н. Аверюшкин, С. А. Симонова // Язык и текст. – 2021. – Т. 8. – № 2 (8). – С. 86–102.
12. **Росмолодёжъ.** Публикация от 13.09.2022. Всероссийский патриотический форум. – URL: <https://t.me/rosmolodez/5103> (дата обращения: 21.01.2024).
13. **Росмолодёжъ.** Публикация от 04.12.2022. Я Патриот теперь в Telegram. – URL: <https://t.me/rosmolodez/5911> (дата обращения: 21.01.2024).
14. **Росмолодёжъ.** Публикация от 09.12.2022. Патриотом может быть каждый. – URL: <https://t.me/rosmolodez/6006> (дата обращения: 21.01.2024).
15. **Росмолодёжъ.** Публикация от 22.03.2023. Герой Владислав Кушнир из Донецкой Народной Республики (первая публикация серии постов #ТВОЙГЕРОЙ). – URL: <https://t.me/rosmolodez/7023> (дата обращения: 21.01.2024).
16. **Росмолодёжъ.** Публикация от 03.04.2023. 10 граней патриотизма. – URL: <https://t.me/rosmolodez/7143> (дата обращения: 21.01.2024).
17. **Росмолодёжъ.** Публикация от 27.04.2023. Герой Рустам Рамазанов из Каспийска. – URL: <https://t.me/rosmolodez/7453> (дата обращения: 21.01.2024).
18. **Росмолодёжъ.** Публикация от 13.06.2023. Герой Андрей Петров из Донецкой Народной Республики. – URL: <https://t.me/rosmolodez/8137> (дата обращения: 21.01.2024).
19. **Росмолодёжъ.** Публикация от 27.06.2023. Герой Даниил Федорович из Амурской области. – URL: <https://t.me/rosmolodez/8773> (дата обращения: 21.01.2024).
20. **Росмолодёжъ.** Публикация от 29.06.2023. Герой Илья Бобров из Донецка. – URL: <https://t.me/rosmolodez/8336> (дата обращения: 21.01.2024).
21. **Росмолодёжъ.** Публикация от 13.07.2023. Герой Алексей Кутырёв из Самарской области. – URL: <https://t.me/rosmolodez/8519> (дата обращения: 21.01.2024).

22. **Росмолодёжь.** Публикация от 03.08.2023. Герой Антон Филимонов из Республики Бурятия. – URL: <https://t.me/rosmolodez/8912> (дата обращения: 21.01.2024).

23. **Росмолодёжь.** Публикация от 10.08.2023. Герой Влад «Струна» из Кировской области. – URL: <https://t.me/rosmolodez/8336> (дата обращения: 21.01.2024).

24. **Росмолодёжь.** Публикация от 17.08.2023. Герой Лилия Гаврашенко из Луганска. – URL: <https://t.me/rosmolodez/9156> (дата обращения: 21.01.2024).

25. **Росмолодёжь.** Публикация от 7.09.2023. Герой Тагба Монге Херелович из Республики Тыва. – URL: <https://t.me/rosmolodez/9539> (дата обращения: 21.01.2024).

26. **Росмолодёжь.** Публикация от 21.09.2023. Герой Игорь Балаболенко из Республики Хакасия. – URL: <https://t.me/rosmolodez/8336> (дата обращения: 21.01.2024).

27. **Росмолодёжь.** Публикация от 28.09.2023. Герой Руслан Александров из Ханты-Мансийска. – URL: <https://t.me/rosmolodez/9877> (дата обращения: 21.01.2024).

28. **Росмолодёжь.** Публикация от 03.11.2023. Герой Александр Пулков из Курганской области. – URL: <https://t.me/rosmolodez/10462> (дата обращения: 21.01.2024).

29. **Росмолодёжь.** Публикация от 17.11.2023. Герой Максим Удовиченко из Кировска (последняя публикация серии #ТВОЙГЕРОЙ). – URL: <https://t.me/rosmolodez/10723> (дата обращения: 21.01.2024).

30. **Роспатриот.** Публикация от 8 августа 2023. Все думали: я сумасшедший, теперь все хотят в Россию (Герой Франсуа Модеме из Франции). – URL: https://t.me/ros_patriot/1909 (дата обращения: 21.01.2024).

31. **Степанов, Ю. С.** Константы: Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. С. Степанов. – Москва: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 824 с.

32. **Тюхтина, М. Д.** Развитие профессионального мышления студентов – будущих учителей начальных классов / М. Д. Тюхтина, А. Ю. Хапёрская // Материалы I Международной научно-практической конференции. Т. 1. – Донецк, 2022. – С. 287–292.

33. **Указ Президента Российской Федерации** от 09.11.2022 г. № 809 // Президент России. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502> (дата обращения: 21.02.2024).

34. **Уралева, Е. Е.** Аксиологический потенциал современной российской рекламы: Автореф. дис. ... канд. социолог. наук. 22.00.06 – Социология культуры / Е. Е. Уралева. – Тамбов, 2011. – 212 с.

35. **Федеральный закон о рекламе** // Консультант Плюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ (дата обращения: 21.01.2024).

36. **Фещенко, Л. Г.** Структура рекламного текста: Учебно–практическое пособие / Л. Г. Фещенко. – Санкт-Петербург: Изд-во «Петербургский институт печати», 2003. – 232 с.

REFERENCES

1. **Alefirenko, N. F.** Lingvokul'turologiya: cennostno-smyslovoe prostranstvo yazyka: ucheb. Posobie / N. F. Aleferenko. – Moskva: Flinta: Nauka. – 360 s.

2. **Androsova, L. A.** Cennosti molodezhi v sovremennoj reklame: sociologicheskij analiz / L. A. Androsova, I. G. Kondrat'eva // Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Obshchestvennye nauki. – 2015. – № 4. – S. 54–58.

3. **Astashina, M. C.** Aksiologicheskie orientiry v social'noj reklame dlya rossijskoj molodezhi / M. S. Astashina // Yazyk i tekst. – 2023. T. 10. – № 2. – S. 5–13.

4. **Astashina, M. C.** Leksiko-stilisticheskij analiz reklamnyh tekstov cherez prizmu filosofii Eriha Fromma («Imet' ili Byt'?») (na primere postov iz oficial'nogo telegram-kanala «Rosmolodezh'») / M. S. Astashina // Yazyk i tekst. – 2024. – T. 11. – № 1. – S. 5–16.

5. **Beneva, L. M.** Znachenie reklamy v processe formirovaniya i vospitaniya grazhdanskoj identichnosti i socializacii podrostanta / L. M. Beneva, A. D. Guseva // Lichnost' i obshchestvo. – 2019. – № 6. – S. 4–7.

6. **Bart, R.** Izbrannye raboty: Semiotika. Poetika / R. Bart. – Moskva: Progress, 1994. – 616 s.

7. **Federal'nyj zakon o reklame** // Konsul'tant Plyus. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ (data obrashcheniya: 21.01.2024).

8. **Feshchenko, L. G.** Структура рекламного текста: Учебно–практическое пособие / L. G. Feshchenko. – Sankt-Peterburg: Izd-vo «Peterburgskij institut pechati», 2003. – 232 s.

9. **Karaulov, Yu. N.** Ot grammatiki teksta k kognitivnoj teorii diskursa (vstupitel'naya stat'ya) / Yu.N. Karaulov, V. V. Petrov // T. A. van Dejk. Yazyk. Poznanie. Kommunikaciya, per. s angl./ Sost. V. V. Petrova; Pod red. V. I. Gerasi-mova, – Moskva: Progress, 1989. – S. 5–11.

10. **Karpec, L.** Prostranstvo postknizhnoj kul'tury v sovremenном kommunikativnom processe / L. Karpec // Rocznik Instytutu Polsko-Rosyjskiego. – 2014. – № 1 (6). – S 111–120.

11. **Lihachev, D. S.** Konceptosfera russkogo yazyka / D. S. Lihachev // Russkaya slovesnost'. Ot teorii slovesnosti k strukture teksta. Antologiya. – Moskva: Academia, 1997. – S. 280–287.

12. **Mihalkin, N. V.** Sposoby i sredstva obespecheniya bezopasnosti obrazovatel'noj sredy v shkole i vuze / N. V. Mihalkin, A. N. Averyushkin, S. A. Simonova // Yazyk i tekst. – 2021. T. 8. – № 2 (8). – S. 86–102.

13. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 13.09.2022. Vserossijskij patrioticheskij forum. – URL: <https://t.me/rosmolodez/5103> (data obrashcheniya: 21.01.2024).\
14. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 04.12.2022. Ya Patriot teper' v Telegram. – URL: <https://t.me/rosmolodez/5911> (data obrashcheniya: 21.01.2024).
15. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 09.12.2022. Patriotom mozhet byt' kazhdyj. – URL: <https://t.me/rosmolodez/6006> (data obrashcheniya: 21.01.2024).
16. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 22.03.2023. Geroj Vladislav Kushnir iz Doneckoj Narodnoj Respubliki (pervaya publikaciya serii postov #TVOJGEROJ). – URL: <https://t.me/rosmolodez/7023> (data obrashcheniya: 21.01.2024).
17. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 03.04.2023. 10 granej patriotizma. – URL: <https://t.me/rosmolodez/7143> (data obrashcheniya: 21.01.2024).
18. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 27.04.2023. Geroj Rustam Ramazanov iz Kaspijska. – URL: <https://t.me/rosmolodez/7453> (data obrashcheniya: 21.01.2024).
19. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 13.06.2023. Geroj Andrej Petrov iz Doneckoj Narodnoj Respubliki. – URL: <https://t.me/rosmolodez/8137> (data obrashcheniya: 21.01.2024).
20. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 27.06.2023. Geroj Daniil Fedorovich iz Amurskoj oblasti. – URL: <https://t.me/rosmolodez/8773> (data obrashcheniya: 21.01.2024).
21. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 29.06.2023. Geroj Il'ya Bobrov iz Donecka. – URL: <https://t.me/rosmolodez/8336> (data obrashcheniya: 21.01.2024).
22. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 13.07.2023. Geroj Aleksej Kutryrov iz Samarskoj oblasti. – URL: <https://t.me/rosmolodez/8519> (data obrashcheniya: 21.01.2024).
23. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 03.08.2023. Geroj Anton Filimonov iz Respubliki Buryatiya. – URL: <https://t.me/rosmolodez/8912> (data obrashcheniya: 21.01.2024).
24. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 10.08.2023. Geroj Vlad «Struna» iz Kirovskoj oblasti. – URL: <https://t.me/rosmolodez/8336> (data obrashcheniya: 21.01.2024).
25. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 17.08.2023. Geroj Liliya Gavrashenko iz Luganska. – URL: <https://t.me/rosmolodez/9156> (data obrashcheniya: 21.01.2024).
26. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 7.09.2023. Geroj Tagba Monge Herelovich iz Respubliki Tyva. – URL: <https://t.me/rosmolodez/9539> (data obrashcheniya: 21.01.2024).
27. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 21.09.2023. Geroj Igor' Balabolenko iz Respubliki Hakasiya. – URL: <https://t.me/rosmolodez/8336> (data obrashcheniya: 21.01.2024).
28. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 28.09.2023. Geroj Ruslan Aleksandrov iz Hanty-Mansijska. – URL: <https://t.me/rosmolodez/9877> (data obrashcheniya: 21.01.2024).

29. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 03.11.2023. Geroj Aleksandr Pulkov iz Kurganskoj oblasti. – URL: <https://t.me/rosmolodez/10462> (data obrashcheniya: 21.01.2024).
30. **Rosmolodyozh'**. Publikaciya ot 17.11.2023. Geroj Maksim Udovichenko iz Kirovska (poslednyaya publikaciya serii #TVOJGEROJ). – URL: <https://t.me/rosmolodez/10723> (data obrashcheniya: 21.01.2024).
31. **Rospatriot**. Publikaciya ot 8 avgusta 2023. Vse dumali: ya sumasshedshij, teper' vse hotyat v Rossiyu (Geroj Fransua Modeme iz Francii). – URL: https://t.me/ros_patriot/1909 (data obrashcheniya: 21.01.2024).
32. **Stepanov, Yu. S.** Konstanty: Slovar' russkoj kul'tury. Opyt issledovaniya / Yu.S. Stepanov. – Moskva: Shkola «Yazyki russkoj kul'tury», 1997. – S. 824.
33. **Tyuhtina, M. D.** Razvitie professional'nogo myshleniya studentov – budushchih uchitelej nachal'nyh klassov / M. D. Tyu htina, A.Yu. Hapyorskaya // Materialy I Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. T. 1. – Doneck, 2022. – S. 287–292.
34. **Ukaz Prezidenta Rossijskoj Federacii** ot 09.11.2022 g. № 809 // Prezident Rossii. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502> (data obrashcheniya: 21.02.2024).
35. **Urалева, E. E.** Aksiologicheskij potencial sovremennoj rossijskoj reklamy: Avtoref. dis. ... kand. sociolog. nauk. 22.00.06 – Sociologiya kul'tury / E. E. Urалева. – Tambov, 2011. – 212 s.
36. **Vodop'yanova, N. A.** Filosofiya reklamy v kontekste sociogumanitarnogo znaniya // Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya. –2009. – № 5. – S. 146–149.