



Социальная структура, социальные институты и процессы
Social Structure, Social Institutions and Processes

Оригинальная статья

DOI: 10.17748/2219-6048-2025-17-3-68-82

УДК 316.77

EDN

Покатов Дмитрий Валериевич

Саратовский национальный исследовательский
государственный университет им. Н.Г. Чернышевского
г. Саратов, Россия

Authorid в РИНЦ: 411285

Orcid.Org 0009-0003-9193-1555

Researcherid (Web of Science): D 6571-2013

Панина Анна Александровна

Правительство Пензенской области
г. Пенза, Россия

Саратовский национальный исследовательский
государственный университет им. Н.Г. Чернышевского
г. Саратов, Россия

**ИЗМЕНЕНИЕ НАРРАТИВА РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ В КОНТЕКСТЕ
СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ
В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ
(НА ПРИМЕРЕ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Аннотация. Пропагандистско-агитационная функция региональных СМИ играет значимую роль в воздействии государства на население в целях формирования у последнего нужных идеологических настроек. Являясь одними из наиболее приближенных к населению СМИ, областные газеты традиционно используются как инструмент пропагандистского воздействия. Данная статья демонстрирует усиление этого воздействия по мере укрепления новой российской государственности после прихода к власти Президента Российской Федерации В.В. Путина. Тема приобретает актуальность в связи с изменением места и роли средств массовой информации, в том числе традиционных, в общественно-политической системе. С одной стороны, читательские предпочтения давно ста-

ли маркером отношения населения к государственной политике. С другой стороны, сами СМИ могут усиливать влияние на своих читателей посредством трансляции определенных эмоционально-смысловых концептов и их постепенного изменения.

Ключевые слова: региональные СМИ, нарратив, контент-анализ, социально-политические процессы.

Для цитирования: Покатов Д.В., Панина А.А. Изменение нарратива региональных СМИ в контексте современных социально-политических процессов в Российском обществе (на примере Пензенской области).

Историческая и социально-образовательная мысль. 2025. Том 17. № 3. С. 68-82
DOI: 10.17748/2219-6048-2025-17-3-68-82

Original article

Dmitry V. Pokatov

Saratov State University

Saratov, Russia

Authorid in RINTS: 411285, Orcid.Org 0009-0003-9193-1555,
Researcherid (Web of Science): D 6571-2013

Anna A. Panina

Saratov State University

Saratov, Russia

CHANGING THE NARRATIVE OF REGIONAL MEDIA IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY SOCIAL AND POLITICAL PROCESSES IN RUSSIAN SOCIETY (ON THE EXAMPLE OF PENZA REGION)

Abstract: Changing the Narrative of Regional Media in the Context of Modern Socio-Political Processes in Russian Society (using the Penza Region as an Example)

The propaganda and agitation function of regional media plays a significant role in the state's influence on the population in order to form the necessary ideological settings in the latter. Being one of the media closest to the population, regional newspapers are traditionally used as a tool of propaganda influence. This article demonstrates the strengthening of this influence as the new Russian statehood strengthens after the coming to power of the President of the Russian Federation V.V. Putin. The topic is becoming relevant in connection with the change in the place and role of mass media, including traditional ones, in the socio-political system. On the one hand, reader pref-

erences have long been a marker of the population's attitude to state policy. On the other hand, the media themselves can strengthen their influence on their readers by broadcasting certain emotional and semantic concepts and gradually changing them.

Keywords: regional media, narrative, content analysis, socio-political processes.

For citation: Pokatov D.V., Panina A.A. Changing the narrative of regional media in the context of contemporary social and political processes in Russian society (on the example of Penza region). Historical and social-educational Idea. 2025. Т.17. No.3. P. 68-82 (In Russ.).

DOI: 10.17748/2219-6048-2025-17-3-68-82

Как справедливо отмечал бывший государственный секретарь Союзного Государства России и Белоруссии Д.Ф. Мезенцев в своей докторской диссертации «Психология влияния средств массовой информации на формирование политических установок личности», «обеспечение контролируемого влияния СМИ на социальные группы населения есть гарантия победы тех или иных политических сил (партий, движений, финансово-промышленных групп)» [1]. Поэтому трансляция СМИ эмоционально-смысловых нарративов, определяемых указанными маркерами, позволяет редакционным коллективам создавать и поддерживать в читательской среде те или иные политические установки и тем самым обеспечивать победу на выборах тех или иных сил.

Для выявления нарративов, господствовавших в СМИ Пензенской области в первой четверти XXI века, и определения их изменений был использован метод контент-анализа, описанный Г. Лассуэллом [2, с. 111-116; 3, с.271, 273], Дж. Б. Мангеймом [4, с.173-187], В.А. Ядовым [5, с. 114-126]. и другими социологами. За единицы анализа взяты слова «Россия», «Родина», «Отечество» как маркеры отношения к стране и государству. Предметом анализа стал контекст упоминаемости (в каких словосочетаниях были употреблены данные слова и с какими признаками сопряжены). Выделены эмоциональные оценки (нейтральный, положительный, негативный).

Работа проводилась путем ручного подсчета и анализа печатных изданий. Мы проанализировали частоту упоминаемости слов «Россия», «Родина», «Отечество» в трех печатных изданиях Пензенской области: «Пензенская правда» (официальное информационное издание, выпускается с 1917 г., финансируется правительством Пензенской области, тираж 18 000 экз., 85% распространяется по подписке)¹, «Молодой ленинец» (частное информационное издание, выпуска-

¹ Тираж указан в газете «Пензенская правда». 2025. 7 января. № 1. С. 24.

ется с 2000 г., тираж 25 000 экземпляров)¹ и «Улица Московская» (частное издание, позиционирующее себя как информационно-аналитическая, общественно-политическая и деловая газета, выпускается с 2003 г., издатель – НКО «Валентин Мануйлов» – признан в 2016 г. иноагентом, но в 2020 г. исключен из реестра Минюста², тираж 2 500 экз.)³. Выборка составила по 18 номеров каждого издания: по три номера в годы выборов Президента РФ – 2000, 2004, 2008, 2012, 2018 и 2024⁴. Итого был проанализирован 51 номер газет, содержащих от 16 до 32 полос. Были проанализированы все материалы указанных выпусков, включая новостные, аналитические, а также рекламного характера (за исключением объявлений), до и после президентских выборов, а также вышедшие ко Дню Победы.

Слово «Россия» является базовым (ключевым) концептом политического дискурса в нашей стране [8, с. 26].

По итогам анализа упоминаемости данного концепта был выявлен резкий рост (в 2,63 раза) упоминаний слова «Россия» в главном областном издании – «Пензенской правде» от 2004 к 2008 г., причем контекст менялся от негативно-нейтрального к нейтрально-положительному. В 2012, 2018 и 2024 гг. частота упоминаний остается примерно на одном уровне: 51–56 упоминаний. Меняется и контекст. В наиболее негативном контексте слово «Россия» в газете «Пензенская правда» употреблялось в 2000 г.: «губят нашу Россию», «не умерла еще Россия», «по России прозябают немало регионов»⁵. В 2004 г. слово «Россия» в «Пензенской правде» обозначает сложившиеся в государстве реалии и несет нейтральный оттенок. Так, название партии «Единая Россия» в трех номерах за 2004 г. упоминается шесть раз из одиннадцати⁶. В 2008 г. слово «Россия» почти всегда упоминается в позитивном, оптимистическом контексте. Можно отметить такие обороты, как: «современная Россия – это страна, где в полной мере реализуются фундаментальные права человека», «Россия хочет стать полноценной европейской страной», «...партии... настроены в отношении будущего России весьма оптимистично», «у России есть шанс накормить мир»⁷. В 2012 г. частота

¹ Тираж указан на сайте издательства «Пенза – наш дом». URL: <https://nd58.ru/o-nas/> (дата обращения: 16.04.2025).

² Сведения из Реестра иностранных агентов Минюста Российской Федерации. Информация по состоянию на 11.04.2025, 17:00. URL: <https://minjust.gov.ru/ru/pages/reestr-inostryannykh-agentov/> (дата обращения: 16.04.2025).

³ Тираж указан в газете «Улица Московская». 2025. 11 апреля. №1016. С. 16.

⁴ История президентских выборов в России // Информационное агентство РИА Новости, 15.03.2024 г. URL: <https://ria.ru/20240315/vybory-1932705377.html> (дата обращения: 28.02.2025).

⁵ Пензенская правда. 2000. 21 марта. № 12; 2000. 28 марта. № 13; 2000. 4 мая, № 20.

⁶ Пензенская правда. 2004. 9 марта. № 12; 2004. 16 марта. №13; 2004. 4 мая. № 20.

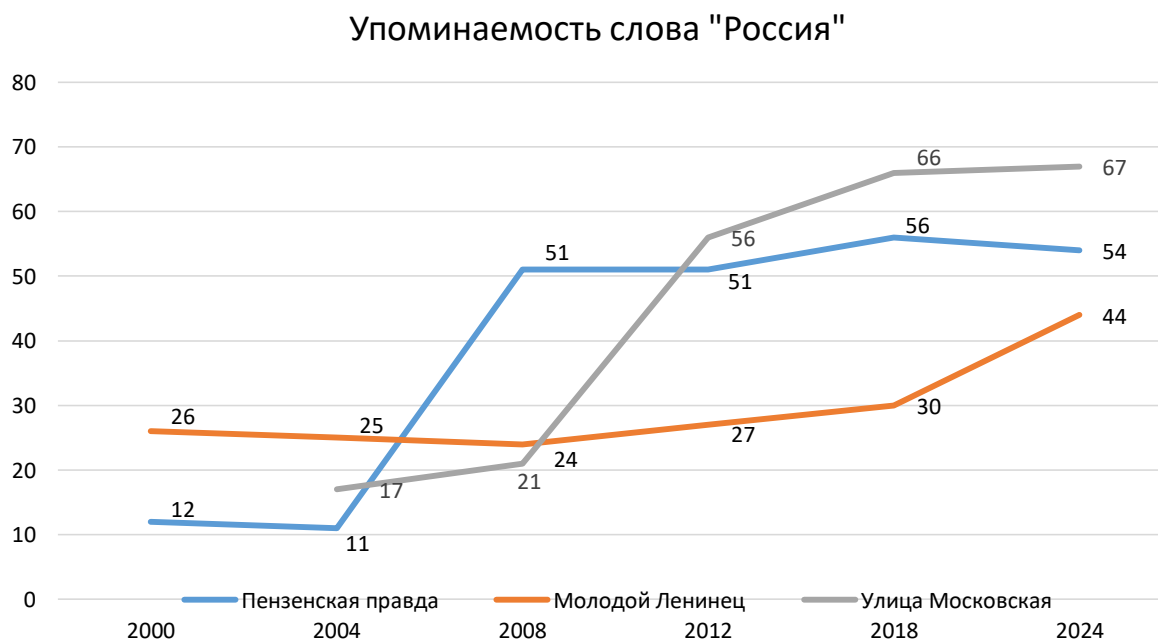
⁷ Пензенская правда. 2008. 29 февраля. №16-17; 2008. 4 марта. №18; 2008. 6 мая. №37.

упоминаний слова «Россия» в номерах газеты «Пензенская правда» осталась на уровне 2008 г. Патриотический накал публикаций еще более усиливается. Впервые в номерах, вышедших к выборам Президента РФ и ко Дню Победы, появляются словосочетания «великая Россия», «национальная гордость России», «Россия станет центром цивилизации», «любите Россию», «защитники России», «величие России», «вера в Россию», позитивные высказывания об экономике страны: «в торговле хлебом России не страшны конкуренты», «у России самый низкий государственный долг», о политике: «более полной свободы слова, чем есть сегодня в России», «В России просыпается гражданское общество»¹.

В «президентских» и «победных» номерах «Пензенской правды» за 2018 г. встречаются словосочетания с позитивным контекстом, в которых слово «Россия» привязано непосредственно к предвыборной кампании: «Владимир Путин пользуется абсолютной поддержкой граждан России», «...сделают все для того, чтобы Россия развивалась», а также региональным достижениям: «крупнейший производитель мяса индейки в России», «крупнейший производитель мясной продукции в России», «абсолютный чемпион России»².

Диаграмма 1. Упомятаемость слова «Россия» в выборке региональных газет Пензенской области в 2000–2024 гг.

Diagram 1. Mentions of the word «Russia» in a sample of regional newspapers of the Penza region in 2000–2024.



¹ Пензенская правда. 2008. 6 мая. № 37; 2012. 28 февраля. №16; 2012. 6 марта. №17; 2012. 6 мая. № 33.

² Пензенская правда. 2018. 13 марта. №11; 2018. 20 марта. № 12; 2018. 9 мая. № 21; 2024. 12 марта. № 11.

В номерах за 2024 г. используются еще более торжественные речевые обороты: «укреплять могущество России», «Россия – страна безграничных возможностей», «процветание великой России» и т.д. Контекст в связи с СВО и текущей внешнеполитической ситуацией: «сохранение суверенитета России», «подрыв безопасности и обороноспособности России», «выстраивание конструктивных отношений с Россией», «сближение Гагаузии с Россией». Контекст в связи с региональными достижениями: «таких производств всего 3-4 в России», «лучшие водоемы России» и т.д.¹

В целом в выборке «Пензенской правды» нам встретилось 48% сочетаний со словом «Россия» в нейтральном эмоционально-смысловом контексте, 6,7% – в негативном, 44,9% – в позитивном.

В газете «Улица Московская» наблюдается такое же резкое увеличение упоминаемости слова «Россия» по годам. Однако четко выражен негативный контекст по нарастающей. Например, в 2004 г. в «Улице Московской» встречаются фразы «в России я бы не заработал таких денег», «в одежде больше разнообразия, чем у нас в России», «контроль над властью в России»². В 2008–2012 гг. позитивный контекст перевешивает негативный как в федеральной, так и в региональной повестке: «один из лучших в России», «уровень преступности один из самых низких в России», «доля среднего класса в России росла», «первая в России выставка», «в России наилучшая ситуация», «духовное возрождение России», «модернизация в России», «уровень жизни ниже, чем в России», «Россия должна экспортировать». В 2008 г. нам встретился лишь один пример негативного контекста: «Говорят, что в России много пьют»³. В 2012 г. упоминаются фразы «в России один из самых высоких уровней косвенного налогообложения», «пенсионная система находится в состоянии дефицита ... не только в России», «перед Россией встанут задачи ... интеграции с Европейским Союзом», «Вступление России в ВТО»⁴. Номера «Улицы Московской» за 2018 г.: «режим хочет Россию заморозить», «больницы закрыли по всей России», «во всех регионах России есть обманутые дольщики», «редкий в России средний класс», «вторжение России в восточную Украину» (в опубликованном переводном материале), «подавление поляков Германией и Россией»⁵ и т.д. В 2018 г. – 21 негативное и 9 позитивных упоминаний. За 2024 г.: «у России есть будущее», «хочется, чтобы Пенза не отстала от России», «ведение бизнеса в России сопряжено с трудностями», «уход из России», «сокращение рождаемости в России», «вторжение Рос-

¹ Пензенская правда. 2024. 12 марта. № 11; 2024. 19 марта. № 12; 2024. 7 мая. № 20.

² Улица Московская. 2004. 12 марта. № 42; 2004. 19 марта. № 43; 2004. 7 мая. № 50.

³ Улица Московская. 2008. 29 февраля. № 236; 2008. 7 марта. № 237; 2008. 7 мая. № 246.

⁴ Улица Московская. 2012. 2 марта. № 429; 2012. 9 марта. № 430; 2012. 11 мая. № 439.

⁵ Улица Московская. 2018. 10 марта. № 719; 2018. 18 марта. № 720; 2018. 5 мая. № 727.

сии на Украину», «военные действия России на Украине» (в опубликованном переводном материале)¹. В рассмотренных номерах «Улицы Московской» за 2024 г. встречается 23 случая упоминания слова «Россия» в негативном контексте и 17 – в позитивном.

В выборке «Улицы Московской» упоминаемость слова «Россия» в нейтральном контексте составила 55,1%, в негативном – 25,2%, в позитивном – 17,7%.

Газета «Молодой Ленинец», в силу аполитичности, демонстрирует умеренное количество упоминаний названия нашего государства и умеренный рост по годам. Причем самое большое количество упоминаний – 44 – в 2024 г. (это коррелирует с остальными СМИ).

Эмоционально-смысловой контекст упоминаний по годам различается не так резко, как в общественно-политических изданиях. Так же, как и в «Пензенской правде», в эмоционально-смысловом контексте позитив нарастает от года к году. 2000 год: «в Россию увеличился поток дармового мяса», «в России две беды», «крупнейший в России комплекс», «сколько их гуляет по России»². 2004 год – вместе со словом «Россия» просматриваются признаки отживших 90-х и нового времени: «в криминальных кругах России», «не хочет, чтобы дети оставались жить в России», «вы выбираете Россию». Как и в «Пензенской правде», масса упоминаний государственных структур, не встречавшихся в текстах 2000 г.: «Минздрав России», «Министерство труда России», «Министерство культуры России»³. В 2008 г., как и в «Пензенской правде», встречается контекст, подчеркивающий усиление России в экономике и политике: «у России много финансовых ресурсов», «Россия стала частью глобального рынка», «Россию можно считать Вашей второй Родиной»⁴. В 2012 г. нарастает патриотический тон публикаций: «Нам нужна великая Россия», «дети – это будущее России», «чтобы в России появился класс фермеров», «Россия должна сосредоточиться на внутреннем спросе», «Россия достигнет апогея»; вместе с тем встречается и негативный контекст: «сравнение не в пользу России», «судьба Союза может постичь и будущее России», «в Россию придут иностранные образовательные учреждения», «готовить кадры не для России»⁵. В проанализированных номерах «Молодого Ленинца» за 2018 г. встречаются такие упоминания слова «Россия» в позитивном ключе, как: «в России набирает популярность движение трезвых деревень», «на благо России», «в России всегда была другая традиция», «музыканты со всей России». Упоминание в условно негативном контексте встретилось только один

¹ Улица Московская. 2024. 15 марта. № 991; 2024. 21 марта. № 992; 2024. 6 мая. № 995.

² Молодой ленинец. 2000. 21 марта. №12; 2000. 28 марта. № 13; 2000. 9 мая. №19.

³ Молодой ленинец. 2004. 9 марта. № 10; 2004. 16 марта. № 11; 2004. 4 мая. № 18.

⁴ Молодой ленинец. 2008. 26 февраля. № 9; 2008. 4 марта. № 10; 2008. 6 мая. № 20.

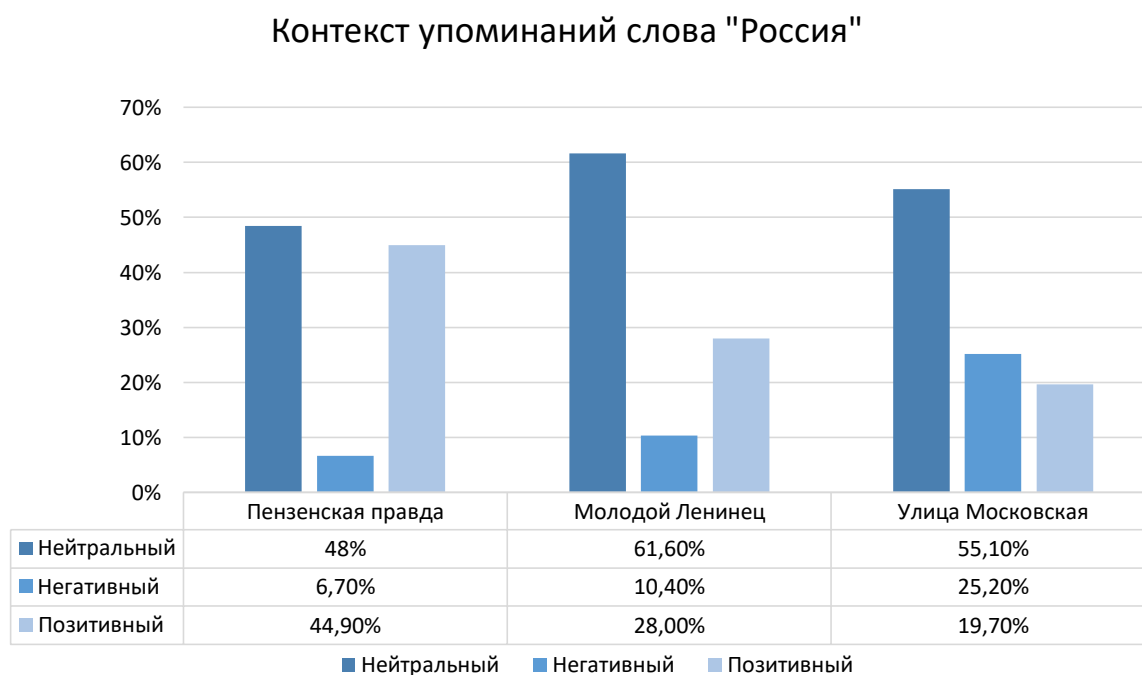
⁵ Молодой ленинец. 2012. 28 февраля. № 9; 2012. 6 марта. № 10; 2012. 7 мая. № 19.

раз: «...в России таких удобных штукovin не продают»¹. В 2024 г. мы видим последовательное нарастание патриотического пафоса: «моя Родина – Россия», «пуховый платок – один из символов России», «не представляю другой страны... кроме России» и т.д.²

В выборке «Молодого Ленинца» частота упоминаний слова «Россия» в нейтральном контексте составила 61,6%, в негативном – 10,4%, в позитивном – 28%.

Диаграмма 2. Контекст упоминаний слова «Россия» в выборке региональных газет Пензенской области в 2000–2024 гг.

Diagram 2. Context of mentions of the word “Russia” in a sample of regional newspapers of the Penza region in 2000–2024.



Проанализировав упоминаемость слова «Россия», можно прийти к выводу, что в период с 2004 по 2008 г. произошло осознание журналистским сообществом Пензы себя как части России. Произошел резкий подъем патриотизма (исходя из контекста, а не из упоминаемости слова) и уверенности в будущем страны. В 2008–2012 гг. как в провластной, так и в либеральной прессе наряду с ростом патриотических настроений можно было наблюдать нарративы интеграции России с западным миром. Транслировались надежды на то, что Россия в ближайшее время станет или уже становится частью Европы с высоким уровнем жизни и развитым гражданским обществом. Уже в 2012 г. эта идея стала уступать место нарративу о самостоятельности России в мировом сообществе. В

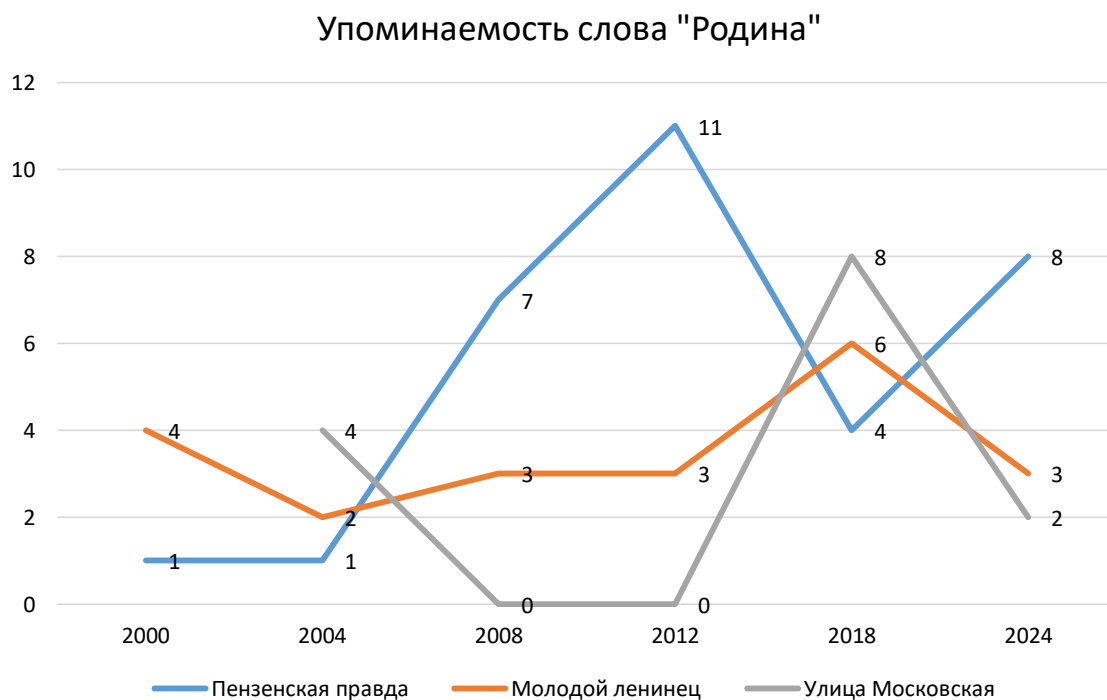
¹ Молодой ленинец. 2018. 13 марта. № 11; 2018. 20 марта. №12; 2018. 8 мая. №19.

² Молодой ленинец. 2024. 12 марта. № 11; 2024. 19 марта. № 12; 2024. 7 мая. №19.

2018 г. идея о России как о части Европы транслироваться перестала. Массовыми органами печати она была отброшена решительно, «элитными» – с сожалением. В 2024 г. в связи с новыми выборами Президента в условиях СВО нарративы массовой и либеральной прессы еще больше поляризовались. Если в массовых (государственных и частных) СМИ подавались идеи о величии России, гордости за страну и необходимости ее защищать, то в либеральных – мелькали повествования о «вторжении России на Украину» (но, в связи с усилившимся контролем государства над СМИ, в либеральной прессе слова о «вторжении» подавались не напрямую, а через переводные статьи из «Washington Post»)¹.

Диаграмма 3. Упомянутость слова «Родина» в областных газетах Пензенской области в 2000–2024 гг.

Diagram 3. Mentions of the word “Rodina” in regional newspapers of the Penza region in 2000–2024.



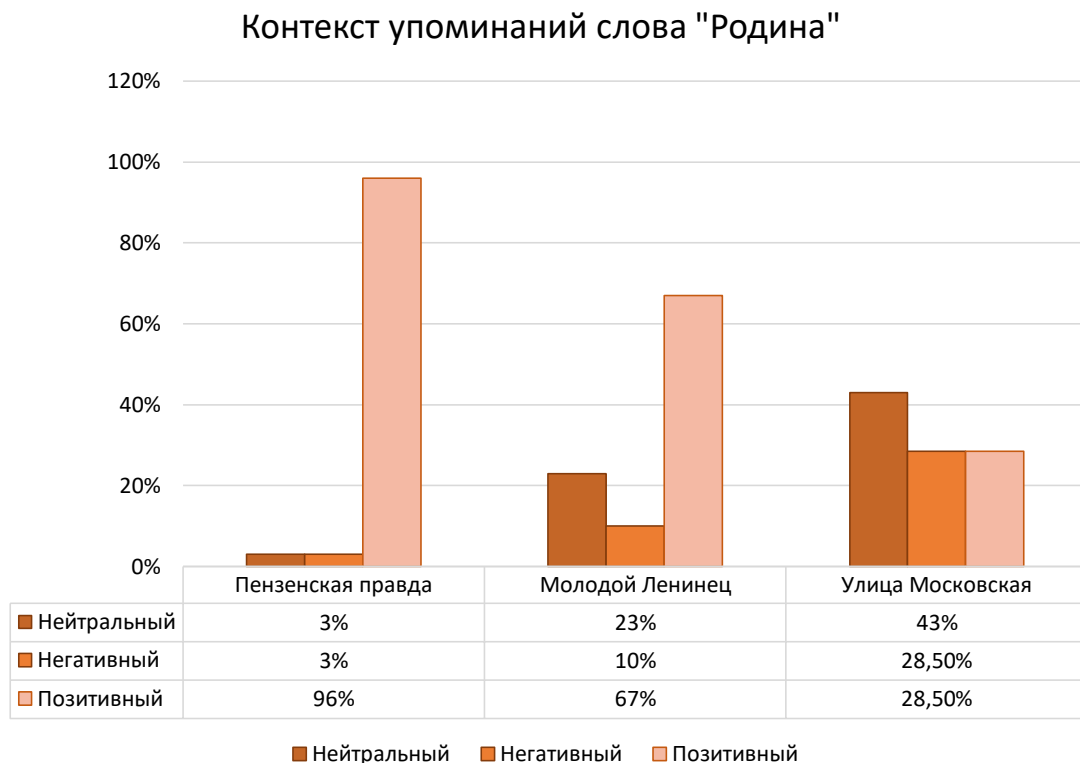
Водораздел между массовой (включая официальную) и либеральной («элитной») прессой в Пензенской области, исходя из данных анализа, пришелся на 2012 г. (выборы Президента России и связанные с ними события на Болотной площади в Москве). Маркером отношения СМИ к государству в нашем исследовании оказалось слово «Родина» (по С.Г. Воркачеву, основная составляющая лингвоконцепта патриотической триады) [6, с. 26]. Если в проанализированных номерах 2004 г. слово «Родина» нам встретилось 1 раз в «Пензенской правде» и

¹ См. напр.: Меняющийся рынок нефти // Улица Московская, 2024, 21 марта, №1013. С. 8.

2 раза в «Улице Московской», то в 2012 г. в официальном издании слово «Родина» упоминалось 11 раз, а в либеральном – не встречается. В коммерческой газете «Молодой Ленинец» частота упоминаний во все годы составляла от 3 до 6.

Диаграмма 4. Контекст упоминаний слова «Родина» в областных газетах Пензенской области в 2000–2024 гг.

Diagram 4. Context of mentions of the word “Rodina” in regional newspapers of the Penza region in 2000–2024.



Слово «Родина» в «Пензенской правде» встретилось 28 раз. В нейтральном контексте было употреблено в 3% случаев, в негативном – также в 3%, в позитивном – в 96%. В «Молодом Ленинце» из 21 упоминания нейтральный контекст – 23%, негативный – 10%, позитивный – 67%. В «Улице Московской» из 14 упоминаний нейтральный контекст – 43%, негативный и позитивный – по 28,5%.

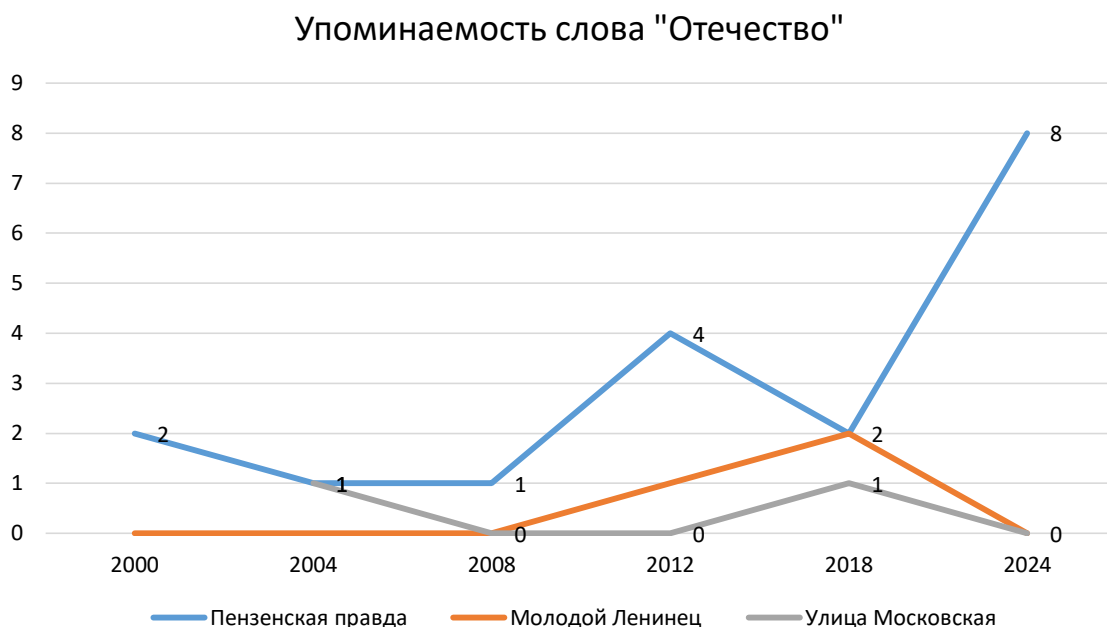
Концепт «Отечество» связан с пониманием роли страны в личной судьбе человека и в мировой истории [9, с. 39], имеет возвышенную коннотацию.

Показательно, что слово «Отечество» в проанализированных номерах «Улицы Московской» упоминается всего лишь два раза: в 2004 г. в поздравлении с Днем Победы и в 2018 г. в цитате из М.Е. Салтыкова-Щедрина: «не путать понятия "Отечество" и "Ваше высокоблагородие"». В «Молодом Ленинце» торжественно окрашенное слово «Отечество» встречается в 2012 и 2018 гг. (1 и 2 раза соответственно); в «Пензенской правде» – 18 раз в позитивном и нейтраль-

ном контексте. Словосочетание «Любовь к Отечеству» появляется в 2012 г. Чаще всего (8 раз) слово «Отечество» использовалось в официальной областной газете в публикациях 2024 г.

Диаграмма 5. Упомянутость слова «Отечество» в областных газетах Пензенской области 2000–2024 гг.

Diagram 5. Mentions of the word “Fatherland” in regional newspapers of the Penza region 2000–2024.



В целом можно сказать, что с укреплением административной вертикали власти в массовых печатных СМИ Пензенской области менялись нарративы: от разочарования в стране до полного воодушевления ее успехами через недолгий период «евроинтеграции» во время президентства Д.А. Медведева. В либеральной же прессе Пензенского региона нарративы менялись прямо противоположным образом: от нейтрального настроя через удовлетворение «евроинтеграцией» к осторожному, завуалированному неприятию сложившейся ситуации в стране.

В то же время мы можем на примере трех газет Пензенской области проследить по годам выборов Президента Российской Федерации эмоционально-смысловой разрыв в нарративах для основной массы населения и для региональной «элиты», часть которой относит себя к либеральным кругам. Разрыв нарративов демонстрирует раскол части журналистского, а следовательно, и читательского сообщества по признаку отношения к государству и принятия/непринятия происходящих в нем социально-политических процессов.

Заключение

Проведенное исследование показывает, что роль региональных СМИ является на сегодня одной из ведущих в формировании ряда предпочтений

различных когорт населения. Как известно, один из ведущих ученых в изучении проблематики массмедиа Г. Лассуэлл в свое время выделял несколько важнейших функций СМИ, в том числе информационную, коммуникативную и воспитательную. В последние годы все более явно наблюдается перевес первой. Однако отмечаются и новые тенденции в этом процессе. Так, исследование, проведенное на примере печатных периодических изданий Пензенской области, позволило выявить следующие тенденции в изменении нарратива региональных СМИ:

- последовательное и долговременное (в течение четверти века) повышение лояльности как официальных, так и коммерческих периодических печатных изданий региона к государству и его институтам;
- четкое и недвусмысленное разграничение «провластных» и оппозиционных изданий по отношению к российскому государству, народу и стране;
- рост значимости СМИ как инструмента патриотического воспитания.

Таким образом, на наш взгляд, исследование региональных СМИ методом контент-анализа, несмотря на его трудоемкость, может стать действенным инструментом изучения эффективности государственной политики в регионе, проводимой как по отношению к конкретным изданиям, так и в медиапространстве в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Мезенцев Д.Ф. Психология влияния средств массовой информации на формирование политических установок личности: Дис. ... канд. психол. наук: 19.00.12. – СПб., 1998. – 165 с. [Электронный ресурс]. Цитата с сайта электронной библиотеки диссертаций DissertCat. URL: <https://www.dissercat.com/content/psikhologiya-vliyaniya-sredstv-massovoi-informatsii-na-formirovanie-politicheskikh-ustanovok> (дата обращения: 17.04.2025).
2. Лассуэлл Г.Д. Техника пропаганды в мировой войне / пер. с англ. В.Г. Николаева. – М.: РАН. ИНИОН. Отд. социологии и социальной психологии, 2022. – 252 с.
3. Лассуэлл Г.Д. Язык власти / пер. с англ. М.В. Толмачева // Политическая лингвистика. – Вып. 20. – Екатеринбург, 2006. – С. 264-279.
4. Мангейм Дж.Б., Рич Р.К. Политология. Методы исследования / пер. с англ. – М.: Весь Мир, 1999. – 542 с.
5. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Самара: Самар. ун-т, 1995. – 348 с.

6. Воркачев С.Г. Слово «Родина»: значимостная составляющая лингвоконцепта // Язык, коммуникация и социальная среда. – Воронеж: Воронеж. гос. ун-т, 2006. – С. 26–36.
7. История президентских выборов в России // Информационное агентство РИА Новости, 15.03.2024. URL: <https://ria.ru/20240315/vybory-1932705377.html> (дата обращения: 28.02.2025).
8. Карамова А. А. Средства репрезентации концепта «Россия» в текстах политического дискурса (на материале предвыборных программ президентских выборов 2018 г.) // Политическая лингвистика. – 2020. – № 4 (82). – С. 32–36. – DOI 10.26170/pl20-04-03.
9. Мурзина И.Я. Концепт «Отечество» в патриотическом дискурсе // Вестник славянских культур. – 2017. – Т. 46. – С. 39–47.

REFERENCES

1. Mezentsev D.F. Psikhologiya vliyaniya sredstv massovoy informatsii na formirovaniye politicheskikh ustanovok lichnosti [Mezentsev D.F. Psychology of the influence of mass media on the formation of political attitudes of an individual]. Dis. ... kand. psikhol. nauk = dis. ... Cand. Psychol. Sciences: 19.00.12. - St. Petersburg, 1998. - 165 p. (In Russ). Electronic resource. Quote from the website of the electronic dissertation library DissertCat. URL: <https://www.dissercat.com/content/psikhologiya-vliyaniya-sredstv-massovoi-informatsii-na-formirovanie-politicheskikh-ustanovok> (date of access: 17.04.2025).
2. Lassuell G. D. Tekhnika propagandy v mirovoy voyne / per. s angliyskogo V.G. Nikolayeva. [Lasswell G.D. Propaganda Techniques in World War I / trans. from English by V.G. Nikolaev]. Moscow: RAS. INION. Department of Sociology and Social Psychology, 2022. - 252 p.
3. Lassuell G.D. YAzyk vlasti. Perevod s angliyskogo M.V. Tolmachova [Lasswell G.D. The Language of Power. Translated from English by M.V. Tolmachev]. Politicheskaya lingvistika. - Vyp. 20 = Political Linguistics. - Issue 20. - Ekaterinburg, 2006. - Pp. 264-279. (In Russ).
4. Mangeym Dzh. B., Rich R.K. Politologiya. Metody issledovaniya: Per. s angl. [Mannheim J.B., Rich R.K. Political Science. Research Methods: Trans. from English]. Moscow: Ves Mir Publishing House, 1999. - 542 p. (In Russ).
5. Yadov V. A. Sotsiologicheskoye issledovaniye: metodologiya, programma, metody. [Yadov V.A. Sociological Research: Methodology, Program, Methods]. Samara: Samara University, 1995. - 348 p. (In Russ).
6. Vorkachev S.G. Slovo «Rodina»: znachimostnaya sostavlyayushchaya lingvokontsept [Vorkachev S.G. The Word "Motherland": a Significant Component of the Lingvoconcept] Yazyk, kommunikatsiya i sotsial'naya sreda =

- Language, Communication and Social Environment. Voronezh, Voronezh State University. 2006. - Pp. 26-36. (In Russ).
7. Istoriya prezidentskikh vyborov v Rossii [History of presidential elections in Russia] Informatsionnoye agentstvo RIA Novosti = RIA Novosti Information Agency, 15.03.2024. URL: <https://ria.ru/20240315/vybory-1932705377.html> (date of access: 28.02.2025) (In Russ).
 8. Karamova, A. A. Sredstva reprezentatsii kontsepta «Rossiya» v tekstakh politicheskogo diskursa (na materiale predvybornykh programm prezidentskikh vyborov 2018 g.) [Karamova, A. A. Means of representation of the concept "Russia" in the texts of political discourse (based on the election programs of the 2018 presidential elections)] Politicheskaya lingvistika = Political linguistics. - 2020. - No. 4 (82). - P. 32 - 36. - DOI 10.26170/pl20-04-03. (In Russ).
 9. Murzina I.Ya. Kontsept «Otechestvo» v patrioticheskom diskurse [Murzina I.Ya. The concept of "Fatherland" in patriotic discourse] // Vestnik slavyanskikh kul'tur = Bulletin of Slavic Cultures. 2017. Vol. 46. Pp. 39 - 47. (In Russ).

Информация об авторах: Покатов Дмитрий Валериевич – доктор социологических наук, заведующий кафедрой истории, теории и прикладной социологии Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, заслуженный деятель науки и образования (РАЕ)
г. Саратов, Россия
e-mail: dvpokatov@gmail.com,
Authorid в РИНЦ: 411285,
ORCID.ORG 0009-0003-9193-1555,
Researcherid (Web Of Science): D 6571-2013

Панина Анна Александровна – главный специалист-эксперт организационно-протокольного отдела Управления протокола Правительства Пензенской области, магистрант 2-го курса направления 39.04.01 «Социология», профиль «Социология политики», социологического факультета Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, член Союза журналистов России
г. Пенза, Россия
г. Саратов, Россия
e-mail: pa_sp@mail.ru

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи

Information about authors: Pokatov Dmitry Valerievich – Doctor of Sociological Sciences, Head of the Department of History, Theory and Applied Sociology Saratov State University, Honored Worker of Science and Education (RAE)
Saratov, Russia

Authorid in RINTS: 411285,
ORCID.ORG 0009-0003-9193-1555,
Researcherid (Web Of Science): D 6571-2013
e-mail: dvpokatov@gmail.com,

Panina Anna Aleksandrovna – Chief specialist-expert of the organizational and protocol department of the Protocol Department of the Government of the Penza Region, member of the Union of Journalists of Russia, 2nd year Master's student, direction 39.04.01 "Sociology", profile "Sociology of Politics", Sociology Department Saratov State University.

Saratov, Russia

e-mail: pa_sp@mail.ru

The authors have read and approved the final manuscript.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted: 23.04.2025

Одобрена после рецензирования и доработки / Approved after reviewing and revision: 20.06.2025

Принята к публикации / Accepted for publication: 27.06.2025

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов / The authors declare no conflicts of interests