Челябинский гуманитарий. 2026. № 3 (76). С. 168–176.
ISSN 1999-5407 (print).
Chelyabinskij Gumanitarij. 2026; 3 (76), 168–176.
ISSN 1999-5407 (print).

Научная статья
УДК 316.77:39
DOI 10.47475/1999-5407-2026-76-3-168-176

ЦИФРОВЫЕ ПРАКТИКИ ТРАНСЛЯЦИИ ПАТРИОТИЗМА В ПОЛИЭТНИЧНОЙ СРЕДЕ СЕВЕРО-КАВКАЗСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Елена Александровна Заможных[1], Ольга Ивановна Лепилкина[2]
[1, 2] Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь, Россия,
[1] ezamozhnykh@ncfu.ru, ORCID: https://orcid.org/0000-0003-1193-2789, SPIN-код: 5767-0333
[2] oll5@mail.ru, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-7310-7197, SPIN-Code: 2951-5121

Аннотация. Цель статьи – характеристика наиболее показательных цифровых практик трансляции патриотизма в интернет-ресурсах СКФО с учетом их институционального статуса и технологических особенностей. Актуальность обращения к цифровым практикам трансляции патриотизма на Северном Кавказе обусловлена их спецификой, определяющейся полиэтничностью региона и связью патриотизма с этнокультурными традициями. Эмпирическую базу составили 14 интернет-ресурсов СКФО. Основной метод исследования – качественный контент-анализ, включающий оценку рубрикационной структуры и ценностной риторики публикаций. Современная патриотическая коммуникация в цифровой среде СКФО обеспечивается субъектами медиа в двух разнонаправленных векторах. Институционализированные ресурсы сохраняют профессиональные стандарты, четкую рубрикацию и документальную верификацию, ориентированы на широкую аудиторию и в силу этого менее адаптированы к запросам отдельных групп населения. Неинституционализированные ресурсы часто концентрируются на предоставлении информации узкой тематики, что привлекает их целевую аудиторию, шире используют интерактивные возможности взаимодействия с пользователями, но при этом могут нести риски распространения непроверенных данных. В проанализированных ресурсах наряду с героическими нарративами значительный пласт патриотического контента составляют материалы, направленные на сохранение и развитие этнокультурного наследия. Администрации этнокультурных пабликов активно вовлекают аудиторию в разные формы патриотической работы по сохранению национальных языков, традиций, фольклора. Анализ ресурсов показал, что искусственный интеллект практически не используется для генерации или персонализации патриотического контента. Это позволяет сохранять авторскую индивидуальность, профессиональные стандарты и доверие аудитории. Однако в условиях, когда цифровые инструменты активно используются другими акторами, в том числе для трансляции антипатриотических нарративов, отказ от аналогичных технологий имеет потенциальный риск снижения оперативности размещения патриотического контента и степени его концентрации в цифровой среде региона. Вклад исследования состоит в характеристике региональных медиапрактик и выявлении точек роста для оптимизации патриотической коммуникации в полиэтничной цифровой среде.

Ключевые слова: патриотизм, цифровые медиа, региональное медиапространство, искусственный интеллект, полиэтничный регион, Северный Кавказ

Благодарности: Исследование проведено в рамках проекта «Ценностно-смысловые и символические основания укрепления гражданской идентичности и патриотизма в полиэтничной молодежной среде (на примере Северного Кавказа)» (FSRN-2026-0015)

Для цитирования: Заможных Е. А., Лепилкина О. И. Цифровые практики трансляции патриотизма в полиэтничной среде Северо-Кавказского федерального округа // Челябинский гуманитарий. 2026. № 3 (76). С. 168–176. doi: 10.47475/1999-5407-2026-76-3-168-176

Original article

DIGITAL PRACTICES FOR TRANSMITTING PATRIOTISM IN THE MULTI-ETHNIC ENVIRONMENT OF THE NORTH CAUCASUS FEDERAL DISTRICT

Elena A. Zamozhnykh[1], Olga I. Lepilkina[2]
[1, 2] North-Caucasus Federal University, Stavropol, Russia,
[1] ezamozhnykh@ncfu.ru, ORCID: https://orcid.org/0000-0003-1193-2789
[2] oll5@mail.ru, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-7310-7197

Abstract. The purpose of this article is to characteristics of the most significant digital practices for disseminating patriotism in online resources of the North Caucasus Federal District, considering their institutional status and technological characteristics. The relevance of addressing digital practices for disseminating patriotism in the North Caucasus is determined by their specific nature, which is determined by the region's multiethnic nature and the connection between patriotism and ethnocultural traditions. The empirical base was comprised of 14 online resources in the North Caucasus Federal District. The primary research method was qualitative content analysis, including an assessment of the rubric structure and value rhetoric of publications. Modern patriotic communication in the digital environment of the North Caucasus Federal District is facilitated by media entities in two opposing directions. Institutionalized resources maintain professional standards, clear rubrication, and documentary verification. They are aimed at a broad audience and, therefore, are less adapted to the needs of specific population groups. Non-institutionalized resources often focus on providing information on a narrow topic, which attracts their target audience. They make greater use of interactive capabilities for user interaction, but this can also carry the risk of disseminating unverified information. In the analyzed resources, alongside heroic narratives, a significant portion of patriotic content consists of materials aimed at preserving and developing ethnocultural heritage. The administrators of ethnocultural public pages actively engage their audiences in various forms of patriotic work to preserve national languages, traditions, and folklore. An analysis of the resources revealed that artificial intelligence is rarely used to generate or personalize patriotic content. This preserves the author's individuality, professional standards, and audience trust. However, in a context where digital tools are actively used by other actors, including to broadcast anti-patriotic narratives, abandoning similar technologies carries the potential risk of reducing the speed with which patriotic content is posted and the degree of its concentration in the region's digital environment. The study's contribution consists of characteristics characterize regional media practices and identifying growth points for optimizing patriotic communication in a multiethnic digital environment.

***Key words*:** patriotism, digital media, regional media space, artificial intelligence, multi-ethnic region, North Caucasus

Acknowledgments: The study was conducted within the framework of the project «Value-semantic and symbolic foundations for strengthening civic identity and patriotism in a multi-ethnic youth environment (using the example of the North Caucasus)» (FSRN-2026-0015)

For citation: Zamozhnykh E. A., Lepilkina O. I. (2026). Digital practices for transmitting patriotism in the multi-ethnic environment of the North Caucasus Federal District. *Chelyabinskij Gumanitarij*, 3 (76), 168–176. doi: 10.47475/1999-5407-2026-76-3-168-176 (In Russ.)

Введение

В научной литературе неоднократно отмечалось, что цифровые технологии оказывают существенное влияние на медиапространство. Платформенные алгоритмы, системы искусственного интеллекта и новые форматы распространения контента меняют не только профессиональные практики журналистов и редакций, но и сами механизмы трансляции ценностей. Медиаэффекты обретают все более целенаправленный и масштабный характер, охватывая разные области социальной жизни (Ефанов, Юдина 2021: 144). В этом контексте патриотизм как интегральная ценность полиэтничного общества требует изучения в аспекте его цифровой трансляции, поскольку цифровые каналы коммуникации сегодня во многом определяют информационную повестку и формируют отношение различных групп населения к базовым ценностям (Парма 2024; Коновалова 2024; Шаповалова, Вагина 2021).

Полиэтничность и поликонфессиональность Северо-Кавказского федерального округа сочетаются с высокой степенью вовлеченности населения, особенно молодежи, в цифровую коммуникацию. В СКФО активно функционируют региональные интернет-ресурсы, транслирующие патриотический контент: новостные сайты и телеканалы, сообщества в социальных сетях и мессенджерах, интернет-проекты общественных организаций и объединений.

В настоящее время уже накоплен значительный массив работ, посвященных патриотической проблематике в медиа. Большинство из них выполнено на общероссийском материале (Давыдова 2025; Стычинский 2025; Хизбуллина 2025), хотя встречаются и исследования региональных практик (Байбатырова 2024; Лепилкина, Заможных, Ткачев 2025). Вместе с тем процессы цифровизации медиапроизводства, включая внедрение платформенных алгоритмов и систем искусственного интеллекта, актуализируют этические вопросы, связанные с персонализацией контента, возможным упрощением исторических нарративов и сохранением авторской индивидуальности (Вартанова, Вырковский, Загидуллина 2024; Володенков, Федорченко, Печенкин 2024; Симакова, Жилкин 2025). Кроме того, медиапрактика неинституционализированных акторов, таких как общественные организации и деятели, в социальных сетях и мессенджерах, несмотря на высокую интерактивность и вовлеченность аудитории в их сообществах, изучена в меньшей степени по сравнению со СМИ.

Актуальность обращения к цифровым практикам трансляции патриотизма на Северном Кавказе обусловлена их спецификой, определяющейся полиэтничностью региона и связью патриотизма с этнокультурными традициями: он во многом опирается на историческое прошлое и героизацию мифологических и былинных образов народов Северного Кавказа. Исследователи рассматривают как важнейший для формирования патриотического сознания в регионе ресурс этнопедагогики (фольклор, народные ремесла, традиции и т.д.), а в качестве эффективных технологий называют вовлечение учащихся в народное творчество и военно-патриотическое воспитание (Иванова, Щербина 2024).

Полиэтничный состав населения Северного Кавказа и особенности его исторической памяти неизбежно накладывают отпечаток на местные практики трансляции патриотических идей. М. М. Шульга и С. Ю. Иванова на основе данных фокус-групп с лидерами и активом молодежных организаций СКФО показывают, что в молодежной среде региона Победа в Великой Отечественной войне остается ценностно-смысловой основой формирования патриотизма, основным объединяющим символом для всего полиэтничного и поликонфессионального социума российского Северного Кавказа (Шульга, Иванова 2025: 43). Авторы также фиксируют, что молодежь имеет ограниченные представления о патриотической деятельности, о том, как себя можно проявить как патриот, а также не может назвать достаточное количество современных культурных источников, транслирующих патриотизм (Шульга, Иванова 2025: 43).

Опираясь на экспертный опрос в регионах Юга России, исследователь В. О. Вагина приходит к выводу, что традиционные «примордиальные» агенты – семья, школа, СМИ, государство – по-прежнему воспринимаются экспертами как основные в формировании патриотических практик молодежи, тогда как социальные сети оцениваются как наименее влиятельные (Вагина 2022: 31).

Цель настоящего исследования – охарактеризовать наиболее показательные цифровые практики трансляции патриотизма как интегральной ценности в интернет-ресурсах Северо-Кавказского федерального округа в контексте их институциональных и технологических особенностей. Эмпирическую базу исследования по итогам предварительного мониторинга составили 14 интернет-ресурсов СКФО разных форматов, по 2 из каждого субъекта региона. Были отобраны ресурсы, в которых за исследуемый период (2023-2025 гг.) регулярно публиковались материалы, прямо или косвенно относящиеся к патриотической проблематике. В выборку вошли 5 новостных ресурсов региональных СМИ («РИА КЧР», «ОсНОВА», ЧГТРК «Грозный», «ННТ» («Наше национальное телевидение»), «Сердало»), 8 ресурсов общественных организаций и объединений (сайты Общественной палаты Республики Северная Осетия-Алания, Ингушского историко-географического общества «Дзурдзуки», Центра военно-патриотического воспитания молодёжи «Авангард», Айда26 («Маршруты казачьего Ставрополья»), сообщества в социальной сети «ВКонтакте» Федеральной лезгинской национально-культурной автономии (ФЛНКА), «Мультимедийный музей истории казачества», «Турпалхой», Telegram-канал «ДОБРО.КБР») и один индивидуальный проект (Telegram-канал «Burka Daily»). Основным методом исследования выступил качественный контент-анализ, включающий анализ рубрикационной структуры, тематических категорий и ценностной риторики публикаций.

Теоретическая рамка

Для анализа цифровых практик трансляции патриотизма принципиальное значение имеет вопрос о том, кто именно участвует в производстве патриотического контента и с какой степенью институциональной ответственности. Классификация субъектов медиапространства, предложенная Е. Л. Вартановой, разделяет всех акторов цифровой коммуникации на три категории: институционализированные субъекты (традиционные СМИ, зарегистрированные в РКН и соблюдающие профессиональные стандарты); неинституционализированные субъекты («новые профессионалы» – блогеры, общественные организации, проекты без статуса СМИ) и аудитория, которая участвует в распространении и интерпретации контента (Вартанова 2024). Эта классификация позволяет преодолеть упрощенное противопоставление «старых» и «новых» медиа и учитывает степень укорененности актора, его ответственность перед аудиторией и следование профессиональным нормам.

Содержательные характеристики патриотического контента проанализированы в исследовании Р. В. Пармы, посвященном продвижению патриотической повестки в социальных медиа среди российской студенческой молодежи. Анализ 1200 публикаций показал, что в патриотическом информационном потоке доминируют смысловые установки «ощущение себя частью страны» и «активность во благо страны». Центральными объектами выражения патриотизма выступают многовековая история и богатая культура, русский язык как элемент сплочения многонационального народа, а также страна, Отечество и государство (Парма 2024: 54). При этом автор фиксирует явную нехватку развернутых нарративов: в период проведения Специальной военной операции основное содержание сводится к достижениям армии на фронте и служению Отечеству солдат и тружеников тыла (Парма 2024: 56). Важно и другое наблюдение: студенческие сообщества, поддерживающие патриотическую идею, значительно многочисленнее оппонентов, но заметно менее активны в производстве и продвижении смыслового контента (Парма 2024: 63).

Сходные закономерности, но с акцентом на ценностные категории и на более широком массиве данных, выявляет исследование М. А. Давыдовой, посвященное социальным медиа как источнику ценностных установок современной российской молодежи. На основе анализа 1224 документов установлено, что информационное поле демонстрирует высокое разнообразие в части направленности контента: в социально-медийных сообществах распространяется как контент, базирующийся на Указе Президента Российской Федерации № 809 о традиционных ценностях, так и контент с западоцентричной системой ценностей (Давыдова 2025: 56). Наиболее часто в информационных потоках фигурируют ценности «свобода, независимость», «веселье, удовольствие, развлечение» и лишь затем – «родина, отечество, патриотизм» (Давыдова 2025: 57). Прогосударственные сообщества, по наблюдению М. А. Давыдовой, выступают своего рода «цифровым плацдармом» для распространения традиционных ценностей, тогда как оппозиционные сообщества формируют контрпотоки, ориентированные на западные ценностные модели (Давыдова 2025: 59).

В ранее проведенном исследовании цифрового медиапространства Северного Кавказа установлено, что основной акцент в информационной повестке дня, связанной с патриотизмом, делается на репрезентации патриотических практик: от всероссийских до школьных, семейных, включая те, которые тематически связаны со Специальной военной операцией (Лепилкина, Марченко 2024: 76). Было выявлено доминирование в качестве социальных акторов представителей властных структур при недостаточной представленности лидеров мнения (религиозных деятелей, деятелей культуры, ученых) и рядовых граждан (Лепилкина, Марченко 2024: 79).

Изменения в содержании патриотического контента и составе его производителей неразрывно связаны с технологическими сдвигами в самой медиасреде. Внедрение искусственного интеллекта и нейросетевых алгоритмов меняет способы создания, распространения и восприятия информации, и ценностно-ориентированный контент не остается в стороне от этих процессов. Этому аспекту посвящено исследование С. В. Володенкова, С. Н. Федорченко и Н. М. Печенкина, которые по итогам международного экспертного опроса констатируют, что нейросетевые алгоритмы на основе анализа цифровых следов пользователей обладают потенциалом персонализации и адаптации социально-политического контента к групповым либо индивидуальным предпочтениям и потребностям граждан, что значительным образом повышает эффективность информационно-коммуникационного воздействия (Володенков, Федорченко, Печенкин 2024: 415). Однако эксперты отмечают, что на данный момент деструктивный потенциал «умных» технологий и алгоритмов в социально-политической сфере во многом превосходит выгоды от их использования. К числу основных рисков авторы относят автоматизированный сбор и анализ Big Data (приводящие к утрате приватности), персонализированное формирующее воздействие на массовое сознание и автоматизированную вычислительную пропаганду (Володенков, Федорченко, Печенкин 2024: 421).

Эти риски становятся особенно наглядными, когда речь заходит о конкретных параметрах качества медиатекстов, создаваемых или редактируемых с помощью искусственного интеллекта. С. И. Симакова и А. С. Жилкин провели эксперимент: взяли пять новостных текстов из популярных Telegram-каналов, обработали их нейросетью и оценили результаты по шкалам грамотности и читаемости (с помощью сервиса «Главред.ру»). Выяснилось, что нейросети способны улучшать качество контента, но только при условии человеческого контроля; первичная обработка текста ИИ без редакторского вмешательства часто дает менее впечатляющие результаты, а в некоторых случаях даже незначительно снижает показатели читаемости (Симакова, Жилкин 2025: 198). Авторы подчеркивают, что ИИ не заменяет, а трансформирует медиакомпетенции, и для журналистов это означает необходимость освоения новых цифровых инструментов при сохранении авторского стиля и ответственности за конечный продукт (Симакова, Жилкин 2025: 199).

Таким образом, в научной литературе накоплен материал, позволяющий говорить о патриотическом дискурсе в медиа в условиях их цифровой трансформации. Вместе с тем практики трансляции патриотизма в полиэтничной среде СКФО с учетом институциональных и технологических особенностей региональных медиаресурсов остаются изученными не в полной мере. Данное исследование обращено к этому кругу вопросов.

Результаты исследования

Анализ 14 отобранных интернет-ресурсов СКФО позволил выявить устойчивые различия между институционализированными и неинституционализированными субъектами медиапространства. Институционализированные ресурсы – сетевое издание «РИА КЧР», информационный сайт «ОсНОВА», сайт ЧГТРК «Грозный», сетевое издание «ННТ», сетевое издание «Сердало», а также сайт Общественной палаты РСО-А – демонстрируют четкую рубрикационную структуру. На сайте ЧГТРК «Грозный» среди прочих выделена рубрика «СВО», в издании «Сердало» – раздел «Публицистика» с развернутыми материалами о личностях, внесших вклад в жизнь республики. На сайте «ННТ» особое внимание уделено проектам, часть которых реализуется на родных языках народов Дагестана. Рубрикация непосредственно коррелирует с актуальной общественно-политической повесткой.

В неинституционализированных ресурсах (сообщества во «ВКонтакте» и Telegram-каналы) строгая рубрикация, как правило, отсутствует. Для них характерно последовательное размещение текстовых постов в сопровождении фото- и видеоматериалов (сообщество Федеральной лезгинской национально-культурной автономии, канал «Burka Daily», канал «ДОБРО.КБР», сообщество «Мультимедийный музей истории казачества»). Исключение составляет сообщество проекта «Турпалхой», где определены рубрики «Герои», «Герои нашего времени» и «На защите своего отечества «Герои СВО»». Отсутствие системной рубрикации в неинституционализированных ресурсах может рассматриваться как фактор, снижающий навигационный потенциал для аудитории, особенно для ее старших возрастных групп, менее адаптированных к неструктурированному контенту.

Помимо формальных характеристик, важно обратиться к содержательному наполнению проанализированных ресурсов. Во всех источниках устойчиво представлены материалы о героях различных исторических периодов – от полководцев Отечественной войны 1812 года и участников Кавказской войны до героев Великой Отечественной войны. Представлены также герои современной России и участники Специальной военной операции. Наряду с военными героями в публикациях фигурируют деятели культуры, науки, спорта и предпринимательства. Такое разнообразие героических образов свидетельствует о стремлении представить патриотизм не только в военном, но и в гражданско-созидательном ключе.

Наряду с героическими нарративами значительный пласт патриотического контента составляют материалы, направленные на сохранение и развитие этнокультурного наследия. Ингушское историко-географическое общество «Дзурдзуки» в своем ВК-сообществе регулярно публикует новости о реализации проектов: например, что в рамках проекта «Орнамент – символ жизни» издана книга «Ингушский национальный орнамент», итогом проекта «Илли. Возрождение архаичного музыкального творчества ингушей» стали серия просветительских постов об ингушской музыке и издание двухтомного труда «Музыкальный атлас. Ингушетия». В сообществе «Мультимедийный музей истории казачества» собраны материалы о казачьих традициях и обрядах (свадьба, сватовство, крестины, проводы казака в поход, масленица). Особого внимания заслуживают практики, направленные на сохранение национальных языков. О запуске подобного онлайн-проекта, целью которого было обучение молодежи разговорному лезгинскому языку, размещена новость в сообществе во «ВКонтакте» ФЛНКА. Другая патриотическая практика**,** также направленная на сохранение национального языка, реализуется в сообществе ИГО «Дзурдзуки» во «ВКонтакте». Это ведение электронной библиотеки, в которой собираются литературные произведения на ингушском языке. Администратор сообщества пишет о проекте: «Каждый раз, когда добавляю в нашу электронную библиотеку книгу на ингушском языке, я воспринимаю это как очередную победу в сохранении и развитии нашей национальной культуры» (Гогиев Я. Каждый раз, когда добавляю… URL: https://vk.com/wall-61694970_27830).

Представленные в выборке интернет-ресурсы широко освещают различные формы патриотической работы, вовлекая в нее свою аудиторию. Так, на странице Мультимедийного музея истории казачества в социальной сети «ВКонтакте» опубликованы посты о проведении городского квеста для студентов «Ставрополь и казачество в годы Великой Отечественной войны», детского казачьего фестиваля «Будущее России – это мы!», акций «Письмо солдату» и «Письмо казаку-добровольцу». На сайте проекта «Маршруты казачьего Ставрополья» сообщается о создании настольной краеведческой игры для школьников «Казачьи тропы Ставрополья» и о проведении квеста «Азово-Моздокская укрепленная линия», а также о вовлечении в проекты людей с ограниченными возможностями здоровья. В Telegram-канале «ДОБРО.КБР» размещена информация о проекте «Маскировка и молодежь», целями которого названы «широкая мобилизация внутренних сил гражданского общества через вовлечение подростков и молодёжи, вселение чувства нужности к своей Родине и чувства причастности к общему делу победы» (26 апреля прошла реализация проекта «Маскировка и молодежь» от направления Росмолодёжь.Добро. URL: https://t.me/rcrvdobro/3320). Проект «Турпалхой» представляет собой отдельный показательный случай: на его интернет-ресурсах опубликовано более 450 постов о погибших при исполнении служебного и гражданского долга. Опубликованы посты о работниках правоохранительных органов, религиозных деятелях, работниках администраций, сферы образования, общественниках. Материалы сопровождаются призывом: «Храбрость и отвага человека должны проявляться именно тогда, когда это необходимо для его народа и страны... Он не должен спрашивать, что ему может дать Отечество, он себя должен спросить, что он может дать Отечеству» (Храбрость и отвага человека. URL: https://vk.com/wall-157084157_4781).

Выставка стендов «На защите своего Отечества «Герои СВО»» описывается как «мощный инструмент в формировании патриотического духа в молодом поколении» (Во всех районах и городах ЧР проходит выставка стендов «На защите своего Отечества «Герои СВО». URL: https://vk.com/wall-157084157_5197).

Одновременно с этим в исследуемых интернет-источниках патриотическая риторика вписана в контекст традиционных ценностей. На сайте Общественной палаты РСО-А опубликован материал о подписании Хартии солидарности за возрождение, сохранение и защиту традиционных семейных

ценностей, где участники выступают за «общие ценности большой дружной семьи народов России, многообразие их культур, языков и обычаев, межконфессиональное, межрелигиозное и межэтническое согласие, сохранение традиций крепкой многодетной семьи, воспитание нового поколения россиян в духе патриотизма и верности Родине» (За семейные ценности. URL: https://opalania.ru/2024/07/05/za-semejnye-cennosti). В Telegram-канале «ДОБРО.КБР» подчеркивается важность сплочения народов и конфессий: «В нашей многонациональной России, в нашей республике всегда высоко ценились такие качества, как товарищество, взаимовыручка, желание помочь ближнему» (В нашей многонациональной России… URL: https://t.me/rcrvdobro/1192). Патриотической риторикой наполнены публикации о государственных праздниках и символах России: «День России – праздник единства, силы и гордости за нашу великую страну. Этот день символизирует любовь к Родине, верность ее традициям и культурам» (Мероприятия, приуроченные ко Дню России, прошли при участии Росгвардии в ЧР. URL: https://grozny.tv/news/society/62176); «…мы гордимся нашим флагом и хотим, чтобы каждый житель страны знал его историю и значение цветов…» (Волонтёры Ресурсного центра приняли участие в акции ко Дню флага РФ. URL: https://t.me/rcrvdobro/4141).

Патриотический дискурс анализируемых медиа различается по используемым жанрам и форматам. Институционализированные ресурсы в большей степени обращаются к традиционным новостным и аналитическим жанрам, в том числе интервью. А неинституционализированные, в свою очередь, чаще всего используют короткие посты с фото- и видеоматериалами.

В исследуемых ресурсах не выявлены признаки использования технологий искусственного интеллекта для генерации патриотического контента. Материалы созданы непосредственно авторами, журналистами, редакторами, администраторами сообществ, волонтерами, что особенно важно для ценностно-ориентированных текстов, где авторская позиция, его личная вовлеченность позволяет гораздо эффективнее передавать смысл и содержание послания. При этом для создания визуальных материалов, интерактивных элементов, сопровождающих тексты, использование функционала нейросетей может помочь обеспечить наглядность и доступность патриотического контента для широких аудиторий. Особенно это будет актуально для молодежи, которая более восприимчива к новым форматам (Наговицын, Кривоногов 2023: 25).

Обсуждение

Различие в стратегиях контент-производства между институционализированными и неинституционализированными ресурсами подтверждает тезис о формировании новой медиареальности, в которой платформы становятся активными субъектами коммуникации (Ромашкина, Киричук 2024: 633). При этом в традиционных медиа СКФО, как показали исследования, доминируют представители властных структур (Лепилкина, Марченко, 2024), тогда как в неинституционализированных ресурсах спектр акторов значительно шире – здесь активно представлены общественные организации, волонтеры, лидеры этнокультурных сообществ. Это позволяет говорить о демократизации патриотического дискурса в цифровой среде, хотя расширение круга акторов сопровождается рисками распространения непроверенной или субъективной информации, что особенно актуально для ресурсов, не зарегистрированных в качестве СМИ и не несущих формальной ответственности за достоверность публикаций.

Платформенная логика (виральность, эмоциональная нагруженность, фрагментарность) поощряет упрощенные форматы подачи контента. В исследуемых ресурсах это проявляется в преобладании коротких постов с фото- и видеоматериалами, лозунговых формулировок без развернутой аргументации. При всей эмоциональной силе такие материалы могут способствовать упрощению исторической памяти и подмене рефлексии формальным патриотизмом.

Развернутые материалы, фиксирующие героизм прошлого и настоящего времени, встречаются только на отдельных ресурсах. Р. В. Парма фиксирует сходную тенденцию в общероссийском масштабе, отмечая недостаток аналитических материалов, а также преобладание в информационной повестке «инертных и бездеятельных форм патриотической активности» (Парма 2024: 64). Другие исследователи связывают эту тенденцию с более широкими процессами: нейросетевые алгоритмы и платформенная персонализация контента, хотя и повышают эффективность коммуникации, одновременно несут риски редукции сложности мировоззренческих систем (Володенков, Федорченко, Печенкин 2024).

Роль исторических нарративов в патриотическом дискурсе СКФО, выявленная в исследовании (повсеместное присутствие материалов о Великой Отечественной войне и ее героях), подтверждает вывод современных исследователей о том, что Победа остается ценностно-смысловой основой патриотизма и основным объединяющим символом региона (Шульга, Иванова 2025). При этом в проанализированных ресурсах материалы о героях современности представлены в гораздо меньших объёмах по сравнению с публикациями о героях прошлого.

Важное место в патриотических цифровых практиках региона занимают медиаресурсы, направленные на сохранение этнокультурного наследия. Проекты, связанные с популяризацией национальных языков, фольклора, традиций, отличаются особой содержательностью и смысловой нагрузкой.

Заключение

Современная патриотическая коммуникация в цифровой среде региона обеспечивается субъектами медиа в двух разнонаправленных векторах. Институционализированные ресурсы сохраняют профессиональные стандарты, четкую рубрикацию и документальную верификацию, ориентированы на широкую аудиторию и в силу этого менее адаптированы к запросам отдельных групп населения. Неинституционализированные ресурсы часто концентрируются на предоставлении информации узкой тематики, что привлекает их целевую аудиторию, шире используют интерактивные возможности взаимодействия с пользователями, но при этом могут быть уязвимы с точки зрения достоверности информации и нести риски распространения непроверенных данных.

Следует отметить, что результаты исследования представляют собой типологические обобщения, не претендующие на всеохватную репрезентацию медиапространства СКФО, однако зафиксированные различия отражают, на наш взгляд, сущностные характеристики реализации информационной политики региональных медиа в полиэтничном социуме.

Во всех ресурсах наряду с героическими нарративами значительный пласт патриотического контента составляют материалы, направленные на сохранение и развитие этнокультурного наследия. Администрации этнокультурных пабликов активно вовлекают аудиторию в разные формы патриотической работы по сохранению национальных языков, традиций, фольклора. При этом патриотизм не противопоставляется этнокультурной идентичности, а органично включает ее в себя.

Анализ технологических особенностей исследуемых ресурсов показал, что искусственный интеллект практически не используется для генерации или персонализации патриотического контента в СКФО. С одной стороны, это позволяет сохранять авторскую индивидуальность, профессиональные стандарты и доверие аудитории. С другой, как показывают современные исследования, отказ от «умных» инструментов снижает адаптивность контента к запросам различных групп населения, особенно молодежи. В условиях, когда платформенные алгоритмы активно используются другими акторами, в том числе для трансляции антипатриотических нарративов, отказ от аналогичных инструментов имеет потенциальный риск снижения оперативности размещения патриотического контента и степени его концентрации в цифровой среде региона.

В целом, одной из сильных сторон анализируемых интернет-ресурсов как трансляторов патриотических ценностей представляется их ориентированность на качественное авторское освещение событий и явлений российского и регионального значения. Тем не менее представляется необходимым обращение к новым цифровым практикам (в том числе использования ИИ-инструментов и для производства контента, и для его распространения среди целевых аудиторий) при условии их ответственного использования.

Список источников

Байбатырова Н. М. Патриотический дискурс региональных СМИ в новых социально-политических условиях // Медиаисследования. 2024. № 10. С. 132–139.

Вагина В. О. Патриотические практики молодежи на Юге России: основные агенты формирования и проблемы патриотического воспитания // Наука. Общество. Государство. 2022. № 1 (37). С. 28–34. https://doi.org/10.23672/b3862-6719-2835-h.

Вартанова Е. Л. Функции журналистики: традиционные и актуальные подходы // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2024. № 6. С. 3–30. https://doi.org/10.55959/msu.vestnik.journ.6.2024.330.

Вартанова Е. Л., Вырковский А. В., Загидуллина М. В. Медиатекст в эпоху цифровых платформ: возможности и угрозы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. № 3. С. 3–13. https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.3.2024.313.

Володенков С. В., Федорченко С. Н., Печенкин Н. М. Риски, угрозы и вызовы внедрения искусственного интеллекта и нейросетевых алгоритмов в современную систему социально-политических коммуникаций: по материалам экспертного исследования // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2024. Т. 26. № 2. С. 406–424. https://doi.org/10.22363/2313-1438-2024-26-2-406-424.

Давыдова М. А. Социальные медиа как источник ценностных установок современной российской молодежи // Власть. 2025. № 4. С. 55–60.

Ефанов А. А., Юдина Е. Н. Медиаэффекты в современном неоинформационном обществе // Коммуникология. 2021. Т. 9. № 4. С. 136–147. https://www.doi.org/10.21453/2311-3065-2021-9-4-136-147.

Иванова С. Ю., Щербина Е. А. Этнокультурные практики и традиции гражданско-патриотического воспитания на Северном Кавказе // Вестник антропологии. 2024. № 3. С. 168–177. https://doi.org/10.33876/2311-0546/2024-3/168-177.

Коновалова А. В. Патриотизм в осмыслении новых медиа // Культура и цивилизация. 2024. Т. 14. № 11А. С. 15–20.

Лепилкина О. И., Заможных Е. А., Ткачев М. В. Тележурналистика патриотической направленности на Северном Кавказе // Вопросы теории и практики журналистики. 2025. Т. 14. № 3. С. 488–503. https://doi.org/10.17150/2308-6203.2025.14(3).488-503.

Лепилкина О. И., Марченко Т. В. Практика актуализации патриотизма в медиапространстве Северного Кавказа // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 3 (53). С. 74–81. https://doi.org/10.47475/2070-0695-2024-53-3-74-81.

Наговицын Р. С., Кривоногов А. Д. Гражданско-патриотическое воспитание студентов вуза культуры с использованием веб-сайтов на основе искусственного интеллекта // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2023. № 1. С. 21–26.

Парма Р. В. Продвижение патриотической повестки в социальных медиа среди российской студенческой молодёжи // Высшее образование в России. 2024. Т. 33. № 1. С. 44–67. https://doi.org/10.31992/0869-3617-2024-33-1-44-67.

Ромашкина А. Б., Киричук Д. А. Трансляция ценностно-смысловых нарративов в публичной цифровой коммуникации: возможности и ограничения // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2024. Т. 26. № 4. С. 630–643. https://doi.org/10.22363/2313-1438-2024-26-4-630-643.

Симакова С. И., Жилкин А. С. Искусственный интеллект в журналистике: влияние на качество текстов // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2025. № 4 (58). С. 190–202. https://doi.org/10.47475/2070-0695-2025-58-4-190-202.

Стычинский М. С. Патриотизм в условиях цифровой культуры // Культура и цивилизация. 2025. Т. 15. № 4А. С. 166–176.

Хизбуллина Р. Р. Интериоризация патриотизма как духовно-нравственной ценности молодежи в эпоху цифровизации: дискурсивные измерения // Научный результат. Социология и управление. 2025. Т. 11. № 2. С. 49–62. https://doi.org/10.18413/2408-9338-2025-11-2-0-4.

Шаповалова А. М., Вагина В. О. Развитие патриотизма в молодежной среде в онлайн-пространстве // Caucasian Science Bridge. 2021. № 4 (3). С. 44–52. https://doi.org/10.18522/2658-5820.2021.3.4.

Шульга М. М., Иванова С. Ю. Победа в Великой Отечественной войне как ценностно-смысловая основа формирования патриотизма у молодежи Северного Кавказа // Вестник Института социологии. 2025. Т. 16. № 2. С. 32–49. https://doi.org/10.19181/vis.2025.16.2.3.

References

Baybatyrova, N. M. (2024). Patrioticheskiy diskurs regional'nykh SMI v novykh sotsial'no-politicheskikh usloviyakh [Patriotic discourse of regional media in the new socio-political conditions]. Mediaissledovaniya, 10, 132–139. (In Russ).

Vagina, V. O. (2022). Patrioticheskie praktiki molodezhi na Yuge Rossii: osnovnye agenty formirovaniya i problemy patrioticheskogo vospitaniya [Patriotic practices of youth in the South of Russia: main agents of formation and problems of patriotic education]. Nauka. Obshchestvo. Gosudarstvo, 1 (37), 28–34. DOI 10.23672/b3862-6719-2835-h. (In Russ).

Vartanova, E. L. (2024). Funktsii zhurnalistiki: traditsionnye i aktual'nye podkhody [Functions of journalism: traditional and current approaches]. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika, 6, 3–30. https://doi.org/10.55959/msu.vestnik.journ.6.2024.330. (In Russ).

Vartanova, E. L., Vyrkovsky, A. V., Zagidullina, M. V. (2024). Mediatekst v epokhu tsifrovykh platform: vozmozhnosti i ugrozy [Media text in the era of digital platforms: opportunities and threats]. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika, 3, 3–13. https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.3.2024.313. (In Russ).

Volodenkov, S. V., Fedorchenko, S. N., Pechenkin, N. M. (2024). Riski, ugrozy i vyzovy vnedreniya iskusstvennogo intellekta i neyrosetevykh algoritmov v sovremennuyu sistemu sotsial'no-politicheskikh kommunikatsiy: po materialam ekspertnogo issledovaniya [Risks, threats, and challenges of introducing artificial intelligence and neural network algorithms into the contemporary system of socio-political communications: The results of expert study]. Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby` narodov. Seriya: Politologiya, 26(2), 406–424. https://doi.org/10.22363/2313-1438-2024-26-2-406-424. (In Russ).

Davydova, M. A. (2025). Sotsial'nye media kak istochnik tsennostnykh ustanovok sovremennoy rossiyskoy molodezhi [Social media as a source of values for modern Russian youth]. Vlast', 4, 55–60. (In Russ).

Efanov, A. A., Yudina, E. N. (2021). Mediaeffekty v sovremennom neoinformatsionnom obshchestve [Media effects in the modern neo-information society]. Kommunikologiya, 9(4), 136–147. https://www.doi.org/10.21453/2311-3065-2021-9-4-136-147. (In Russ).

Ivanova, S. Yu., Shcherbina, E. A. (2024). Etnokul'turnye praktiki i traditsii grazhdansko-patrioticheskogo vospitaniya na Severnom Kavkaze [Ethnocultural practices and traditions of civic and patriotic education in the North Caucasus]. Vestnik Antropologii, 3, 168–177. https://doi.org/10.33876/2311-0546/2024-3/168-177. (In Russ).

Konovalova, A. V. (2024). Patriotizm v osmyslenii novykh media [Patriotism in the context of new media]. Kul'tura i tsivilizatsiya, 14(11A), 15–20. (In Russ).

Lepilkina, O. I., Zamozhnykh, E. A., Tkachev, M. V. (2025). Telezhurnalistika patrioticheskoy napravlennosti na Severnom Kavkaze [Patriotic TV journalism in the North Caucasus]. Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki, 14(3), 488–503. https://doi.org/10.17150/2308-6203.2025.14(3).488-503. (In Russ).

Lepilkina, O. I., Marchenko, T. V. (2024). Praktika aktualizatsii patriotizma v mediaprostranstve Severnogo Kavkaza [Patriotism actualization practices in the media space of the North Caucasus federal district]. Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija, 3(53), 74–81. https://doi.org/10.47475/2070-0695-2024-53-3-74-81. (In Russ).

Nagovitsyn R. S., Krivonogov, A. D. (2023). Grazhdansko-patrioticheskoe vospitanie studentov vuza kul'tury s ispol'zovaniem veb-saytov na osnove iskusstvennogo intellekta [Civil and patriotic education of culture university students using websites based on artificial intelligence]. Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv, 1, 21–26. (In Russ).

Parma, R. V. (2024). Prodvizhenie patrioticheskoy povestki v sotsial'nykh media sredi rossiyskoy studencheskoy molodyozhi [Promoting the patriotic agenda on social media among Russian students]. Vysshee obrazovanie v Rossi, 33(1), 44–67. https://doi.org/10.31992/0869-3617-2024-33-1-44-67. (In Russ).

Romashkina, A. B., Kirichuk, D. A. (2024). Translyatsiya tsennostno-smyslovykh narrativov v publichnoy tsifrovoy kommunikatsii: vozmozhnosti i ogranicheniya [Translation of value-semantic narratives in public digital communication: Opportunities and limitations]. Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby` narodov. Seriya: Politologiya, 26(4), 630–643. https://doi.org/10.22363/2313-1438-2024-26-4-630-643. (In Russ).

Simakova, S. I., Zhilkin, A. S. (2025). Iskusstvennyy intellekt v zhurnalistike: vliyanie na kachestvo tekstov [Artificial intelligence in journalism: impact on text quality]. Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija, 4(58), 190–202. https://doi.org/10.47475/2070-0695-2025-58-4-190-202. (In Russ).

Stychinskii, M. S. (2025). Patriotizm v usloviyakh tsifrovoy kul'tury [Patriotism in the context of digital culture]. Kul'tura i tsivilizatsiya, 15(4A), 166–176. (In Russ).

Khizbullina, R. R. (2025). Interiorizatsiya patriotizma kak dukhovno-nravstvennoy tsennosti molodezhi v epokhu tsifrovizatsii: diskursivnye izmereniya [Interiorization of patriotism as a spiritual and moral value of youth in the era of digitalization: discursive dimensions]. Nauchny`j rezul`tat. Sociologiya i upravlenie, 11(2), 49–62. https://doi.org/10.18413/2408-9338-2025-11-2-0-4. (In Russ).

Shapovalova, A. M., Vagina, V. O. (2021). Razvitie patriotizma v molodezhnoy srede v onlayn-prostranstve [Development of patriotism among youth in online space]. Caucasian Science Bridge, 4(3), 44–52. https://doi.org/10.18522/2658-5820.2021.3.4. (In Russ).

Shulga, M. M., Ivanova, S. Yu. (2025). Pobeda v Velikoy Otechestvennoy voyne kak tsennostno-smyslovaya osnova formirovaniya patriotizma u molodezhi Severnogo Kavkaza [Victory in the Great Patriotic War as a value and semantic basis for the formation of patriotism among young people in the North Caucasus]. Vestnik instituta sotziologii, 16(2), 32–49. https://doi.org/10.19181/vis.2025.16.2.3. (In Russ).

Информация об авторах

Е. А. Заможных – кандидат политических наук, доцент департамента медиакоммуникаций высшей школы креативных индустрий

О. И. Лепилкина – доктор филологических наук, профессор, профессор департамента медиакоммуникаций высшей школы креативных индустрий

Information about the authors

Elena A. Zamozhnykh – PhD in Political Sciences, Associate Professor of the Department of Media Communications at the Higher School of Creative Industries

Olga I. Lepilkina – D.Sc. in Philology, Professor of the Department of Media Communications at the Higher School of Creative Industries

Вклад авторов: авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Authors declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 22.02.2026, одобрена после рецензирования 25.05.2026, принята к публикации 28.05.2026.

The article was received by the editors on 22.02.2026, approved after review on 25.05.2026; accepted for publication on 28.05.2026.