



The influence of patriotic education on the image of a patriot among young people (using the example of the Yaroslavl region)

V. V. Zagrebin¹, I. Y. Kiselev¹, N. V. Ovchinnikova¹, A. G. Smirnova¹, E. V. Yasyuchenya²

¹P. G. Demidov Yaroslavl State University, 14 Sovetskaya str., Yaroslavl 150003, Russian Federation

²Center for patriotic education, 19/11 Sovetskaya str., Yaroslavl 150003, Russian Federation

DOI: 10.18255/2412-6519-2021-2-182-193

Research Article
Full text in Russian

In modern conditions of globalization and the introduction of the Internet into the daily life of young people, there is a blurring of the value of patriotism in the mass consciousness of young people. This process takes place in the time when one of the main directions of the implementation of the national state youth policy is directly related to patriotic education. The article is based on the materials of a sociological study of the subjective understanding of patriotism in the minds of regional youth involved in the process of patriotic education. On a targeted sample, 345 respondents aged 14 to 30, living in the Yaroslavl region and carrying out activities within the framework of patriotic education, were interviewed.

The results of the empirical study lead to a number of conclusions. First, the vast majority of the surveyed respondents identify themselves as patriots of their country. At the same time, girls are more willing than boys to call themselves patriots. Secondly, a clear idea of patriotism has not been formed in the minds of young people. Thirdly, the associative component is also poorly represented in the image of a patriot - the respondents could not name a "true" patriot and an "antipatriot", which indicates the absence of a single reference group in the youth environment. Fourthly, the main feature of young people, involved in the process of patriotic education, reveals the fact that they do not only identify themselves as patriots, but are also ready for active volunteer work as well. Fifth, respondents highly appreciate the work of state institutions specializing in patriotic education. As a recommendation, we can propose to pay more attention to the introduction of modern multimedia technologies in the educational sphere.

Keywords: patriotism; patriotic sentiments; patriotic identity; patriotic education; youth; sociological research; Yaroslavl region

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Zagrebin, Vladimir V. (correspondence author)	Email: vladimir_zagrebin@mail.ru Cand. Sc. (Sociology), Associate Professor
Kiselev, Igor Y.	Email: igkisselev@mail.ru Doc. Sc. (Sociology), Professor
Ovchinnikova, Natalia V.	Email: nv.lyusina@yandex.ru Cand. Sc. (Sociology), Associate Professor
Sminova, Anna G.	Email: agsmirnova2001@mail.ru Cand. Sc. (Sociology), Associate Professor
Yasyuchenya Elisey V.	Email: erman@yandex.ru Deputy director

Funding: P. G. Demidov Yaroslavl State University, project OP2G-14-20-19

For citation: Zagrebin V. V., Kiselev I. Y., Ovchinnikova N. V., Sminova A. G., Yasyuchenya E. V. The influence of patriotic education on the image of a patriot among young people (using the example of the Yaroslavl region) // Social'nye i gumanitarnye znaniya. 2021. Vol. 7, No 2. P. 182-193. (in Russ.)

© Zagrebin V. V., Kiselev I. Y., Ovchinnikova N. V., Sminova A. G., Yasyuchenya E. V., 2021

This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Влияние патриотического воспитания на образ патриота среди молодёжи (на примере Ярославской области)

В. В. Загребин¹, И. Ю. Киселев¹, Н. В. Овчинникова¹, А. Г. Смирнова¹, Е. В. Ясюченя²

¹Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, ул. Советская, 14, Ярославль, 150003, РФ

²ГАУ ЯО «Центр патриотического воспитания», ул. Советская, 19/11, Ярославль, 150003, РФ

DOI: 10.18255/2412-6519-2021-2-182-193
УДК 316.354.4

Научная статья
Полный текст на русском языке

В современных условиях глобализации и внедрения интернета в повседневную жизнь молодёжи наблюдается размывание ценности патриотизма в массовом сознании молодёжи. Данный процесс происходит в то время, когда одно из основных направлений реализации отечественной государственной молодёжной политики непосредственно связано с патриотическим воспитанием. Статья основана на материалах социологического исследования субъективного понимания патриотизма в сознании региональной молодёжи, вовлечённой в процесс патриотического воспитания. По целенаправленной выборке были опрошены 345 респондентов в возрасте от 14 до 30 лет, проживающих на территории Ярославской области и осуществляющих деятельность в рамках патриотического воспитания.

Результаты эмпирического исследования позволяют сделать ряд выводов. Во-первых, значительное большинство опрошенных идентифицирует себя как патриотов своей страны. При этом девушки охотнее юношей называют себя патриотами. Во-вторых, в сознании молодёжи не сформировано чёткого представления о патриотизме. В-третьих, в образе патриота плохо представлен и ассоциативный компонент: респонденты не смогли назвать «истинного» патриота и «антипатриота», что говорит об отсутствии единой референтной группы в молодёжной среде. В-четвёртых, основной чертой молодёжи, вовлечённой в процесс патриотического воспитания, можно считать то, что они не только идентифицируют себя как патриотов, но и готовы к активной волонтерской деятельности. В-пятых, респонденты высоко оценивают работу государственных учреждений, специализирующихся на патриотическом воспитании. В качестве рекомендации можно предложить с большим вниманием отнестись к внедрению современных мультимедийных технологий в образовательную сферу.

Ключевые слова: патриотизм; патриотические настроения; патриотическая идентичность; патриотическое воспитание; молодёжь; социологические исследования; Ярославская область

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Загребин, Владимир Владимирович (автор для корреспонденции)	Email: vladimir_zagrebini@mail.ru Кандидат социологических наук, доцент
Киселев, Игорь Юрьевич	Email: igkisselev@mail.ru Доктор социологических наук, заведующий кафедрой
Овчинникова, Наталья Владимировна	Email: nv.lyusina@yandex.ru Кандидат социологических наук, доцент
Смирнова, Анна Геннадьевна	Email: agsmirnova2001@mail.ru Кандидат политических наук, доцент
Ясюченя, Елисей Валерьевич	Email: erman@yandex.ru Заместитель директора

Финансирование: ЯРГУ, грант № ОР2G-14-20-19

Для цитирования: Загребин В. В., Киселев И. Ю., Овчинникова Н. В., Смирнова А. Г., Ясюченя Е. В. Влияние патриотического воспитания на образ патриота среди молодёжи (на примере Ярославской области) // Социальные и гуманитарные знания. 2021. Том 7, № 2. С. 182-193.

Введение

Патриотизм для российской молодёжи является базовой традиционной и наиболее устойчивой социальной ценностью [1, с. 138]. При этом в настоящее время проблема формирования патриотических установок молодёжи стоит довольно остро. Сегодня в условиях интенсивного развития глобализации и внедрения интернета в повседневную жизнь молодёжи мы наблюдаем, с одной стороны, рост социальной мобильности, стирание территориальных границ, усвоение подростками западных установок, прежде всего на успех, с другой – разрыв родственных связей и отсутствие привязанности к родной земле среди подрастающего поколения [2, с. 67]. Всё это приводит к размытию ценности патриотизма в массовом сознании молодёжи.

Патриотизм можно определить как социальное чувство, а также нравственно-политический принцип, выражающийся в любви к Отечеству и готовности подчинить общим интересам свои индивидуальные, что предполагает гордость культурой Родины, желание сохранять культурные особенности и идентификацию себя с другими членами народа, стремление защищать интересы Родины и своего народа. В основе этого чувства лежит положительно окрашенное ценностное отношение к родной земле, родному языку и традициям [3, с. 6]. Однако в обыденном понимании чаще всего представители молодёжи вкладывают в содержание патриотизма абстрактную «любовь» к Отчизне. Об этом свидетельствуют опросы федеральных центров изучения общественного мнения [4]. Но что значит «любить Родину» для подрастающего поколения? Причём молодёжь значительно менее требовательна при обсуждении критериев патриотизма в отличие от других возрастных когорт [5]. Кроме того, ряд экспертов указывает на размытость определений ключевых понятий патриотизма даже в текстах приоритетных документов и программ патриотического воспитания [6, с. 199].

Целью настоящей статьи является попытка проанализировать системы определённых знаний, понятий, представлений и взглядов о патриотизме, а также настроений в форме личного опыта, выраженного в индивидуальной социальной позиции, среди региональной молодёжи, а также ответить на ряд исследовательских вопросов. С чем же отождествляется понятие патриотизма в сознании молодёжи, так или иначе вовлечённой в процесс патриотического воспитания? Как объект патриотического воспитания сам оценивает работу государственных учреждений, специализирующихся на патриотическом воспитании?

О классификациях патриотического воспитания и патриотизма

Одно из основных направлений реализации государственной молодёжной политики в Российской Федерации непосредственно связано с патриотическим воспитанием¹. В научной литературе выделяется два взаимодополняющих компонента целостной системы патриотического воспитания: гражданско-патриотическое и военно-патриотическое. *Гражданско-патриотическое воспитание* трактуется как целенаправленный педагогический процесс формирования необходимых качеств и навыков для функционирования и взаимодействия в условиях демократического

¹Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» // Справочно-правовая система «Гарант». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400056192/> (дата обращения: 02.02.2021).

общества. Здесь особое внимание уделяется подготовке подростков к инициативному труду, реализации прав и обязанностей, а также умению брать на себя ответственность за свой политический, нравственный и правовой выбор [7, с. 64]. *Военно-патриотическое воспитание* определяется как педагогический процесс формирования необходимых качеств и навыков для выполнения воинского долга в рядах армии на основе осознания своей роли и места в служении Отечеству, высокой личной ответственности за выполнение требований военной службы [8, с. 163].

Феномен патриотизма как объект научного исследования довольно многогранен. В настоящем исследовании патриотизм прежде всего фиксируется через самоидентификацию. В своём анализе мы опираемся на логику конструктивно-институциональной методологии. С этой точки зрения, патриотизм является социальной ценностью, которая имеет следующие компоненты. Во-первых, формирование патриотизма в молодёжной среде выражается в эмоциональном компоненте. Сильные патриотические чувства нередко используют различные политические силы для достижения своих целей в качестве эффективного ресурса мобилизации масс [9, с. 112]. Во-вторых, в формировании молодёжного патриотизма важен когнитивный компонент, выражающийся в знании культуры и истории Отечества, в том числе фольклорных, военно-спортивных и национальных традиций, помогающих формировать позитивный образ Родины [10, с. 20]. В-третьих, не менее важен активный (деятельный) компонент [11, с. 124]. Нельзя забывать, что патриотизм – это не только любовь к природе и другим особенностям своей отчизны, но и отношение к людям, согражданам, выражающееся в заботе о сохранении их личного достоинства, здоровья и жизни, в стремлении обеспечить условия для благополучия и процветания, улучшить жизнь здесь и сейчас.

В связи с тем, какой компонент ярче выражен в молодёжной среде, российские исследователи выделяют два основных патриотизма: *государственный* и *гражданственный* [12, с. 52–54]. Кроме того, И. А. Халий выделяет еще *индифферентное отношение к Родине* как специфический тип патриотизма [2, с. 69].

Основу *государственного (безоговорочного) патриотизма* составляет эмоциональный компонент. Такой тип патриотизма выражается в любви к Родине как таковой, на декларируемом уровне, то есть лишь на словах, без стремления преобразить сложившиеся условия. *Гражданский (преобразовательный) патриотизм* представлен активным (деятельным) компонентом, обусловленным рациональным типом национальной гордости, выражается в готовности участвовать в делах государства и стремлении внести свой личный вклад в развитие общества. Для индивидов, отношение которых можно оценить как *индифферентное отношение к Родине*, характерно отсутствие стремления как-либо выразить свою гражданскую позицию, поскольку это, по их мнению, не приведёт к позитивным социальным изменениям в стране. Поэтому в этой группе наблюдаются высокие эмиграционные настроения.

Об исследовательской методике и отборе респондентов

В декабре 2020 года было проведено социологическое исследование, направленное на изучение субъективного понимания патриотизма в сознании региональной молодёжи, вовлечённой в процесс патриотического воспитания. Сбор первичных эмпирических данных проведён с помощью интернет-анкетирования на платформе Google Forms. Статистическая обработка осуществлялась с помощью программы SPSS

for Windows 26, включающей в себя описательную статистику (мода, медиана, межквартильный размах), анализ частотных распределений и таблиц сопряженности, а также расчет критерия χ^2 Пирсона.

В опросе приняли участие 345 юных жителей Ярославской области, так или иначе осуществляющих деятельность в рамках патриотического воспитания, в возрасте от 14 до 30 лет: 14–18 лет (48 %), 19–21 года (14 %), 22–26 лет (16 %), 27–30 лет (22 %). Из них 69 % женщин и 31 % мужчин. Характеристики выборочной совокупности: неслучайная, целенаправленная [13, с. 143]. Выборка формировалась по социальному признаку вовлеченности подростка в процесс патриотического воспитания.

Таким образом, в ходе исследования было выявлено 5 основных направлений патриотического воспитания, в рамках которых респонденты осуществляют свою деятельность: *социально-патриотическое* (добровольчество) (34 %), *культурно-патриотическое* (24 %), *военно-патриотическое*, в том числе поисковая деятельность (15 %), *спортивно-патриотическое* (11 %), *гражданско-патриотическое* (межнациональное взаимодействие, гражданская идентичность, избирательное право) (9 %), *историко-патриотическое* (изучение истории, реконструкция) (4 %). При этом направления патриотического воспитания выбираются с разной частотой и эти различия статистически значимые (критерий $\chi^2_{df=12} = 624,8$; $p < 0,01$).

О структуре патриотической идентичности

Согласно результатам опроса, подавляющее большинство респондентов идентифицирует себя как патриотов своей страны. Так, участники опроса, отвечая на вопрос, считают ли они себя патриотами, чаще всего выбирают ответ «скорее да» (48 %) и «да» (43 %). Отметим, что всего 2 % опрошенных не считают себя патриотами, но практически каждый десятый респондент (7 %) выбрал вариант ответа «скорее не считает, чем считает» (критерий $\chi^2_{df=3} = 231,469$; $p < 0,01$).

Распределение ответов в зависимости от пола повторяет распределение ответов по выборке в целом. Вместе с тем респонденты-юноши чаще, чем респонденты-девушки, дают отрицательный и скорее отрицательный ответы на вопрос «Считают ли они себя патриотами?». Такие ответы дали 14 % юношей и 7 % девушек. Различия статистически значимые (критерий $\chi^2_{df=3} = 10,893$; $p=0,012$). Результаты социологического опроса ярославской молодёжи, проведённого в 2019 году, также зафиксировали, что девушки охотнее юношей называют себя патриотами (77 % против 70 %) [14, с. 58]. Однако лонгитюдных исследований о гендерных особенностях молодёжного патриотизма не проводилось, поэтому говорить о снижении или росте патриотических чувств среди юношей и девушек можно говорить лишь условно. Статистически значимых различий в распределении ответов на вопрос «Считаете ли Вы себя патриотом» у представителей разных возрастных групп не выявлено.

В *структуре идентичности* респондентов доминирует гражданская идентичность (табл. 1). Больше всего в качестве гражданина своей страны ощущают себя 42 % опрошенных. Далее по частоте упоминания следует идентификационная категория «член своей семьи» – 22 %, «гражданин мира» – 14 %, «житель своего населенного пункта» – 13 %, «представитель своего народа/национальности» – 8,5 % (критерий $\chi^2_{df=5} = 212,144$; $p < 0,01$).

В данном исследовании не было выявлено статистически значимых различий в описании структуры идентичности респондентов в зависимости от пола. Однако выявлены значимые различия в зависимости от *возраста респондентов*. Как видим

из табл. 1, с возрастом увеличивается доля респондентов, которые отождествляют себя с гражданами своей страны. При этом уменьшается доля респондентов, которые ощущают себя в качестве гражданина мира (критерий $\chi^2_{df=12} = 23,557$; $p=0,023$).

Таблица 1

Структура идентичности в зависимости от возраста респондентов

Самоидентичность респондентов	Возрастные квоты респондентов				Всего
	14–18 лет	19–21 год	22–26 лет	27–30 лет	
гражданин своей страны	39 %	46 %	37 %	51 %	42 %
член своей семьи	24 %	17 %	18 %	22 %	22 %
гражданин мира	20 %	12 %	11 %	3 %	14 %
житель своего населенного пункта	9 %	15 %	20 %	17 %	13 %
представитель своего народа/национальности	7 %	10 %	13 %	7 %	8 %

Кроме того, выявлены различия в описании структуры идентичности опрошенных в зависимости от *самокатегоризации респондентов в качестве патриотов*. Так, у респондентов, которые определяют или скорее определяют себя в качестве патриотов, ведущей самоидентификацией выступает гражданская идентичность (54 % и 34 % соответственно). В свою очередь, респонденты, которые не определяют или скорее не определяют себя в качестве патриотов, чаще, чем другие категории респондентов, определяют себя в качестве жителей своего населенного пункта (29 % и 8 % соответственно) и членов своей семьи (14 % и 46 %), то есть принадлежат к локальным сообществам (критерий $\chi^2_{df=12} = 27,079$; $p=0,008$).

О субъективном понимании значения понятия «патриотизм»

В ходе анкетирования участникам было предложено самостоятельно подобрать синонимы, с помощью которых они могли заменить понятие «патриотизм». Респонденты представили довольно широкий спектр трактовок. Наиболее часто выбираемый ответ (среди *первых ответов* на вопрос) – «любовь к родине» (77 %); патриотизм как готовность защищать Отечество отметили 10 % опрошенных; понимание патриотизма через знание культурного и исторического наследия отметили 4 % опрошенных. Среди *вторых ответов* на вопрос доминирует понимание патриотизма как готовности защищать Отечество – 14 % и уважение к своей семье – 2 %. Среди *третьих ответов* на вопрос – готовность защищать Отечество – 23 %, уважение к старшему поколению – 12 % и уважение к семье – 7 %.

Анализ ответов респондентов на вопрос «Кто для Вас является авторитетом (человек, мнение которого для Вас важно) в вопросе отношения к стране и процессам, которые в ней происходят?» позволяет построить иерархию лидеров мнения среди молодёжи. Лидирующую позицию в ней занимают родители (54 %), руководители клубов или секций, тренеры (28 %), учителя в школе (19 %). Наименее

авторитетным, по мнению респондентов, является мнение друзей (13 %) и известных блогеров (7 %). В то же время среди опрошенных популярным стал ответ «нет авторитета» (29 %).

Содержание активной гражданской позиции для российской молодежи в большей степени выражается в готовности защищать Отечество (60 %), знании исторического и культурного наследия страны (52 %), участии в волонтерской деятельности (48 %), уважении к старшему поколению (47 %), уважении к своей семье (40 %), готовности выразить свою позицию, идущую вразрез с общегосударственной (38 %), участии в политических процессах в стране (29 %). Менее популярный ответ – лояльность к действиям и решениям, принимаемым государственной властью (11 %).

В то же время сами представители молодежи готовы выражать свою гражданскую позицию прежде всего через участие в волонтерской деятельности (60 %), уважение к старшему поколению (57 %), уважение к своей семье (57 %), знание исторического и культурного наследия страны (52 %), готовность защищать Отечество (41 %). В меньшей степени респонденты готовы выражать свою позицию, идущую вразрез с общегосударственной (26 %), участвовать в политических процессах в стране (23 %) и быть лояльными к действиям и решениям, принимаемым государственной властью (11 %).

Участники опроса полагают, что в России должна быть единая идеология. Так считает значительное большинство опрошенных (69 %). Вместе с тем порядка трети опрошенных (30 %) убеждены, что никакая идеология не нужна ($\chi^2_{df=3} = 64,806$; $p < 0,01$).

В ходе исследования не были выявлены статистически значимые различия в ответах на вопрос о необходимости единой идеологии в зависимости от пола и возраста респондентов. Однако отмечаются статистически значимые различия в распределении ответов на данный вопрос в зависимости от *самокатегоризации респондентов в качестве патриотов*. Мнение о том, что в стране должна быть единая идеология, высказывает каждый второй респондент, который считает себя патриотом (47 %). При этом каждый третий опрошенный, кто не считает себя патриотом, полагает, что в стране не должно быть единой идеологии (29 %) (критерий $\chi^2_{df=9} = 39,343$; $p < 0,01$).

Об образе патриота в массовом сознании

Участники опроса убеждены в том, что человек с выраженной патриотической позицией воспринимается в обществе положительно (33 %) и скорее положительно (51 %).

Стоит отметить, что респонденты по-разному оценивают эмоциональную окрашенность образа патриота в зависимости от возраста. Наиболее часто убежденность в том, что образ патриота имеет положительный характер, высказывают самые молодые респонденты в возрасте от 14 до 18 лет (43 %). Доля таких ответов снижается с увеличением возраста. Так, среди респондентов в возрасте 19–21 года с таким мнением 33 %, в возрасте 22–26 лет – 24 % и в возрасте 27–30 лет таких уже 18 %. При этом доля ответов, согласно которым патриот воспринимается обществом отрицательно и скорее отрицательно, самая большая среди респондентов 27–30 лет (3 % и 12 % соответственно), самая маленькая – среди респондентов 14–18 лет (2 % и 8 % соответственно). Кроме того, респонденты по-разному оценивают эмоциональную

окрашенность образа патриота в зависимости от *самокатегоризации в качестве патриота*. Так, респонденты, которые считают себя патриотом, чаще всего убеждены в том, что в обществе человек с патриотической позицией воспринимается положительно (46 %) и скорее положительно (42 %). В свою очередь, респонденты, которые не считают себя патриотами, полагают, что в обществе человек с патриотической позицией воспринимается скорее отрицательно (43 %).

Респонденты убеждены, что выраженная патриотическая позиция сама по себе не ограничивает (35 %) или скорее не ограничивает (41 %) свободу существования (критерий $\chi^2_{df=3} = 96,493$; $p < 0,01$). Мнение по данной позиции не зависит от пола, возраста и самокатегоризации респондентов в качестве патриота.

Содержание категории «известный, модный человек» может быть раскрыто в том числе посредством анализа ответов на открытые вопросы о том, кого из публичных людей и политических деятелей можно назвать патриотом и кто из них нравится больше всего респондентам.

Полученные результаты не позволяют сделать вывод о существовании фигуры *политического лидера*, который вызывал бы положительные эмоции у респондентов. Так, каждый второй опрошенный не дал ответа вообще (45 %); ещё каждый десятый (11 %) отметил, что никто не нравится. Респонденты, которые определились с выбором, чаще других называли действующего президента РФ В. В. Путина (14 %) и главного оппозиционера А. А. Навального (6 %), а также В. В. Жириновского (4 %), С. К. Шойгу (2 %), С. И. Фургала (2 %). Другие политики упоминались респондентами не более 1–3 раз.

Среди современных публичных людей, *не являющихся политическими деятелями* (спортсмены, блогеры, артисты и т. д.), в качестве патриотов респонденты выделяют актера К. Хабенского (3 %), журналиста и видеоблогера Ю. Дудя (3 %), музыканта О. Газманова (3 %) и «спортсменов» (3 %). Отметим, что 42 % опрошенных не смогла дать ответ на поставленный вопрос или выбрали вариант «затрудняюсь ответить» (6 %). Остальные варианты ответа упоминались лишь 1–3 раза.

Таким образом, публичные люди, в том числе политики, не рассматриваются респондентами в качестве лидеров мнений, не воспринимаются в качестве эталона поведения патриота.

Образ патриота в литературе или кино в сознании респондентов также не связан с каким-то одним персонажем. Чаще всего респонденты не дают какого бы то ни было ответа на вопрос о том, кого из литературных или киногероев они бы назвали патриотом (38 %) или выбрали вариант «затрудняюсь ответить» (4 %). Чаще других упоминаются Андрей Болконский (4 %), Тарас Бульба (4 %), Петр Гринев (3 %) и Василий Теркин (2 %).

Важно отметить, что почти половина опрошенных (46 %) не смогла назвать историческую или известную личность, которая внесла особый вклад в развитие нашей страны. Причём, как отмечалось выше, 52 % респондентов продемонстрировали готовность выражать свою гражданскую позицию через знание исторического и культурного наследия страны. Тем не менее чаще других в качестве достояния нашей страны рассматривается деятельность Петра I (10 %), действующего президента страны В. В. Путина (3 %), И. В. Сталина (3 %), В. И. Ленина (3 %), А. С. Пушкина (3 %), Ю. А. Гагарина (3 %).

В свою очередь, разрушительная, деструктивная роль в истории респондентами отводится преимущественно, по мнению опрошенных, М. С. Горбачеву (7 %), Б. Н. Ельцину (5 %), И. В. Сталину (4 %), В. И. Ленину (3 %). Вместе с тем, как и в случае

остальных вопросов, 51 % респондентов не дал ответ на поставленный вопрос. Можно заметить, что среди исторических фигур конструктивная и деструктивная роль зачастую приписывается одним и тем же политическим деятелям. Вероятно, ребята назвали того, кого смогли вспомнить в момент заполнения анкеты.

Об эмиграционных настроениях

Каждый второй опрошенный (49 %) рассматривает для себя *возможность переехать в другую страну*. Как правило, в качестве места переезда рассматриваются западные страны с высоким уровнем жизни. Как показывают результаты проведенного в 2019 году исследования миграционных настроений ярославской молодежи, чаще всего представители региональной молодежи, думающие о переезде в другую страну, не имеют никаких временных рамок [15, с. 303]. Поэтому для большинства желание эмигрировать – всего лишь гипотетическое предположение, которое вряд ли приведет к конкретным действиям. В свою очередь, треть респондентов (28 %) рассматривает в качестве страны для жизни только Россию. Отметим, что каждый пятый (23 %) затруднился ответить на поставленный вопрос. Вероятно, они просто не задумывались об этом (критерий $\chi^2_{df=2} = 38,21$; $p=0,01$).

О субъективных оценках эффективности системы патриотического воспитания

Участники опроса оценивали эффективность системы патриотического воспитания на всероссийском и региональном уровнях по 10-бальной шкале.

Респонденты оценили эффективность системы патриотического воспитания в масштабе Российской Федерации на довольно высоком уровне. Мода, то есть наиболее часто встречающееся значение, равна 7 баллам. Такую оценку эффективности системы патриотического воспитания в масштабах всей страны дал 21 % респондентов. Отметим, что и медиана, то есть значение, которое делит вариационный ряд пополам, равна также 7 баллам. Другими словами, 50 % респондентов оценили эффективность системы патриотического воспитания менее чем на 7 баллов, а другие 50 % – более чем на 7 баллов. Межквартильный размах составляет 3 балла, то есть 50 % респондентов оценили эффективность системы патриотического воспитания в интервале от 5 до 8 баллов. На региональном уровне оценка респондентами эффективности системы патриотического воспитания также довольно высокая. Модальная оценка равна 8 баллам. Такую оценку эффективности региональной системы патриотического воспитания дали 18 % респондентов. Отметим, что медианная оценка эффективности системы патриотического воспитания на региональном уровне равна также 7 баллам. Межквартильный размах составляет 4 балла, то есть 50 % респондентов оценили эффективность системы патриотического воспитания в интервале от 5 до 9 баллов.

Среди причин, которые, по мнению опрошенных, мешают проведению работы по патриотическому воспитанию, отмечаются следующие: ассоциация с государственной политикой (41 %); неинтересная форма подачи материала (31 %); сложность тематики (12 %); немодная тематика (7 %). Различия статистически значимые (критерий $\chi^2_{df=4} = 150,2$; $p=0,01$).

Далее респонденты назвали наиболее важные социальные институты, которые *должны заниматься патриотическим воспитанием*. Распределение частот пер-

вого варианта ответа, который дали респонденты, позволяет заметить, что ведущим институтом патриотического воспитания выступает семья (67 %), школа и другие учебные заведения (17 %), клубы или секции (7 %). Распределение частот в рамках второго варианта ответа выглядит следующим образом: 24 % опрошенных полагают, что патриотическим воспитанием должны заниматься клубы и секции; 23 % – школа и другие учебные заведения; семья – 6 %; детский сад – 5 %. Распределение частот в рамках третьего варианта ответа выглядит следующим образом: школа и другое учебное заведение – 20 %; детский сад – 8 %.

Респонденты выразили мнение о том, какую интернет-платформу лучше использовать для повышения эффективности патриотической работы с молодёжью. В рамках первого варианта ответа чаще всего респонденты отмечают социальную сеть Вконтакте (77 %), ТикТок (13 %), Инстаграм (4 %). В рамках второго варианта ответа чаще других упоминаются Инстаграм (17 %), ТикТок (16 %). Третьим вариантом ответа респонденты называют Инстаграм (28 %) и ТикТок (9 %), Фейсбук (2 %).

По мнению опрошенных, чтобы сделать патриотическое воспитание более эффективным, в подачу материалов патриотической направленности необходимо добавить следующие элементы. Прежде всего важно, чтобы информация была интересной (55 %), подана с юмором (11 %), красиво оформленной (8 %), содержать мемы и смайлы (6 %). Информацию должен представлять известный, модный человек (14 %).

Заключение и рекомендации

Результаты исследования продемонстрировали, что значительное большинство опрошенной молодёжи идентифицирует себя как патриотов своей страны. Однако необходимо учитывать, что патриотическая идентичность является в массовом сознании социально одобряемой. Согласно тезаурусной теории [16, с. 579], патриотизм базируется на разделении «свой – чужой». В таком случае патриотизм, в случае выбора индивидом или группой индивида конформной стратегии, выступает как определенный способ присоединения к большинству [17]. Следовательно, маркером «чужака» в общественном сознании является отсутствие патриотических чувств. Таким образом, молодой человек, признавшийся в отсутствии патриотических чувств, рискует стать изгоем.

При этом патриотические чувства среди молодёжи выражаются лишь номинально. В большинстве случаев в массовом сознании молодёжи не сформировано чёткого представления о патриотизме. В определении патриотизма плохо представлен когнитивный компонент, выражающийся, как правило, в знании истории и культуры Родины.

Кроме того, для опрошенных характерно отсутствие единой референтной личности или группы. Результаты опроса показали, что в образе патриота плохо представлен и ассоциативный компонент: респонденты не смогли назвать «истинного» патриота и так сказать «антипатриота». Однако, как ни странно, ни один из участников опроса не вспомнил даже героев Великой Отечественной войны. Ряд отечественных исследователей рассматривает патриотические чувства через социальную память и непосредственно связывает с Днём Победы [18, с. 34–45]. Также результаты ранее проведённых исследований жизненных ценностей российской молодёжи указывают на опасность тренда угасания эмоционального отношения к Великой Отечественной войне среди молодёжи. Например, в исследовании Лаборатории социологических исследований Московского энергетического института [19, с. 486] около 40 % студентов

московских вузов не включили «Победу СССР над нацистской Германией» в пятёрку национальных ценностей. Поскольку масштабных лонгитюдных исследований не проводилось, говорить о тенденциях и причинно-следственных связях мы не можем, поэтому это скорее формулировка гипотезы для дальнейших научных изысканий.

В ходе исследования выявлено, что в большинстве случаев для опрошенных характерен *гражданский патриотизм*. Для молодёжи суть патриотизма выражается через эмоциональный и активный (деятельный) компонент, в то время как результаты ранее проведённого массового опроса показывают, что в сознании ярославской молодёжи понятие патриотизма осмысливается лишь через эмоциональный компонент, выражающийся прежде всего через чувства гордости и любви к Родине [14, с. 61]. Поэтому основной чертой молодёжи, вовлечённой в процесс патриотического воспитания, можно считать то, что они не только идентифицируют себя как патриотов, но и готовы к активной волонтерской деятельности.

С нашей точки зрения, патриотическое воспитание и в дальнейшем должно быть направлено на развитие именно активного компонента патриотизма. Слова о любви к Отчизне всегда должны быть подкреплены конкретными действиями, направленными на созидание, изменение ситуации в городе или стране к лучшему и развитие общества в целом. Важно отметить, что сами участники опроса довольно высоко оценили работу государственных учреждений, специализирующихся на патриотическом воспитании как на региональном, так и федеральном уровнях. Среди основных причин, которые, по мнению опрошенных, снижают эффективность патриотической работы с молодёжью, называются ассоциации с государственной политикой и неактуальная форма подачи материала.

В качестве рекомендации можно предложить с большим вниманием отнестись к подготовке выступлений и написанию текстов патриотической направленности. При подаче сложного материала можно использовать иронию и юмор там, где это, конечно, уместно. Анализ социальных практик показывает, что молодые в наибольшей мере подвержены модным влияниям. Представители подрастающего поколения предпочитают яркие, запоминающиеся ролики, которые должны включать в себя мотивационную составляющую. Сегодня важным ресурсом являются современные мультимедийные технологии, активно внедряемые в образовательную сферу. Для привлечения внимания воспитанников необходимо включать в презентации мемы и смайлы, а также интерактивные элементы из популярных среди молодёжи компьютерных игр, фильмов. В целях приобщения молодёжи к изучению отечественной истории и культуры просветительский процесс должен быть построен на реальных конкретно-исторических примерах патриотизма. Особенно эффективны мероприятия, когда молодёжь принимает активное участие в реализации виртуальных проектов, например, создание различных исторических реконструкций. Также важно проводить большое количество различных коллективных мероприятий, форумов, конференций, чтобы молодые люди чувствовали вовлечённость в общее дело и понимали общественную ценность своих действий. При этом уместно было бы приглашать на такие события известных людей, например, политиков, учёных, общественных деятелей, спортсменов, музыкантов, актёров.

Ссылки / References

1. Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Молодёжь в зеркале социологии. К итогам многолетних исследований. М., 2020. 688 с.

2. Халий И. А. Патриотизм в России: опыт типологизации // Социс. 2017. № 2 (394). С. 67–74.
3. Ланцева А. М. Философский смысл концепта патриотизм в России и Чехии // Вестник славянских культур. 2013. № 3. С. 5–11.
4. Что значит быть патриотом? // ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 3685 от 09.06.2018. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9156> (дата обращения: 28.01.2021).
5. Патриотизм // ФОМ. 18.06.2019. URL: <https://fom.ru/TSennosti/14222> (дата обращения: 20.03.2021).
6. Алиев С. А., Омаров О. Н. Теоретические проблемы патриотического воспитания // Мир науки, культуры, образования. 2017. № 6 (67). С. 198–201.
7. Сиволобова Н. А., Котлова Е. П. Гражданско-патриотическое воспитание учащихся в современном российском обществе // Образование личности. 2014. № 1. С. 63–67.
8. Мурзина И. Я., Казакова С. В. Перспективные направления патриотического воспитания // Образование и наука. 2019. № 2. С. 155–175.
9. Жовтун Д. Т., Меркушин В. И. Подходы к научному определению патриотизма // Социология власти. 2006. № 1. С. 112–124.
10. Бедрик А. В., Дьяченко А. Н. Гражданственность российской молодежи: перспективы конструирования института образования // Патриотизм – национальная идея России: материалы Всерос. науч. конф., Ростов-на-Дону, 27 апреля 2016 года. Ростов н/Д.: ООО «Фонд науки и образования», 2016. С. 19–23.
11. Шаповалов В. Ф. Российский патриотизм и российский антипатриотизм // Общественные науки и современность. 2008. № 1. С. 124–132.
12. Лубский А. В. Гражданский патриотизм: о совместимости патриотизма и гражданственности в российском обществе // Гуманитарий Юга России. 2017. № 1. С. 42–59.
13. Simon J., Katz J. The art of empirical investigation. Piscataway: Transaction Publishers. 2003. 558 p.
14. Загребин В. В., Зуева С. В. Патриотизм в массовом сознании современной молодежи: результаты социологического исследования // Современное российское общество: социально-политические тренды и вызовы: материалы конференции / Под общ. ред. Т. С. Акоповой; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. Ярославль: ЯрГУ, 2019. С. 56–62.
15. Загребин В. В., Жешко О. Н. Миграционные настроения среди молодёжи г. Ярославля // Динамика социальной среды как фактор развития потребности в новых профессионалах в сфере социальной работы и организации работы с молодежью / Под общей редакцией проф. З. Х. Саралиевой. Н. Новгород, 2019. С. 301–304.
16. Луков Вал. А., Луков Вл. А. Тезаурусы. Субъектная организация гуманитарного знания. М.: Изд-во Нац. ин-та бизнеса, 2008. 784 с.
17. Омельченко Е. Л. О поколении Крыма, прагматичном патриотизме и исчезновении готов. 27.03.2015 // НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге. URL: <https://spb.hse.ru/press/146967207.html> (дата обращения: 28.01.2021).
18. Спасибо прадеду за Победу...: монография по материалам мониторинга «Российское студенчество о Великой Отечественной войне» (2005–2010–2015–2020 гг.) / [Под общ. ред. Ю. Р. Вишневого]; Мин-во науки и высшего образования РФ. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020. 352 с.
19. Ивлева М. Л., Курилов С. Н., Россман В. И. Религиозные ценности глазами молодежи: опыт социологического исследования // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2018. № 3. С. 481–493.