

**Секция 3. СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБЩЕСТВЕ ЗНАНИЯ:  
ГЛОБАЛЬНЫЕ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ**

УДК 316.752.4

**Д.О. Афанасьева****ПАТРИОТИЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ РЕГИОНАЛЬНОЙ МОЛОДЕЖИ**

*Целью статьи является обозначение связи содержания патриотических установок молодежи Томской области с точки зрения когнитивного (представления о Родине и самоидентичности), эмоционального (ценности) и поведенческого (желаемые практики патриотического поведения) ресурсов со структурными изменениями публичной сферы и общественного мнения. Специфика гражданско-патриотической самоидентификации молодежи демонстрируется на основе данных эмпирического исследования. Выводы статьи могут быть использованы при разработке региональной политики по патриотическому воспитанию молодежи.*

Ключевые слова: патриотизм, идентичность, ценности, молодежь.

Исследовательский интерес к теме патриотизма в молодежной среде детерминирован, с одной стороны, исключительно прикладными целями: любое современное государство заинтересовано в эффективном использовании потенциала гражданской активности молодежи<sup>1</sup>, реализация которого предполагает наличие реальных массовых механизмов включения в общественно-политическую жизнь страны. В то же время можно наблюдать деструктивные проявления патриотических установок части современной молодежи, которые имеют ярко выраженный интолерантный и националистический характер. В этих условиях особо острой становится проблема определения содержания, структуры и механизмов региональной политики по развитию гражданственности и патриотизма в молодежной среде.

С другой стороны, уровень и характер патриотизма в молодежной среде может быть индикатором структурных изменений публичной сферы и общественного мнения, политической и идеологической подсистем общества, становления «произведенной» (в терминах Ю. Хабермаса) общественности, что выводит указанную проблему на более высокий уровень, требующий системного анализа и научного осмысления.

В основу статьи положены результаты социологического исследования «Гражданственность и патриотизм в молодежной среде Томской области»

---

<sup>1</sup> Цель патриотического воспитания молодежи прописана в ФЦП «Молодежь России» на 2012–2016 гг., Стратегии государственной молодежной политики в Российской Федерации на период до 2016 г., Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г., ВЦП ТО «Развитие и реализация потенциала молодежи в интересах области».

(январь 2012 г.)<sup>1</sup>. Основной сюжетной линией является определение содержания патриотических установок с точки зрения когнитивного (представления о Родине и самоидентичности), эмоционального (ценности) и поведенческого (желаемые практики патриотического поведения) ресурсов.

Доминанту жизненных ценностей и поведенческих приоритетов молодежи Томской области составляют личное благополучие (семья – 82%, здоровье – 73%), материальное благополучие (достаток – 62%, карьера – 50%) и коммуникативные ценности (дружба – 55%), что позволяет характеризовать молодежь как группу населения, стремящуюся к собственному благополучию в личной, приватной сфере жизни, концентрирующую ценностные ориентиры в малом коммуникативном круге.

Во второй группе по степени значимости для молодежи оказались справедливость (21%), творческая самореализация (20%), права человека (19%) и безопасность (18%). Середину рейтинга обозначенных ценностей обеспечивает их связь с приватной сферой жизни, потребностью в защите своей личности и своей семьи.

Группу аутсайдеров составили такие ценности, как духовность (12%), законность (8%), патриотизм (7%), общественное признание (6%), власть (4%).

Результаты настоящего опроса подтверждаются данными общероссийских исследований. Так, по данным Фонда общественного мнения<sup>2</sup>, ценности семьи и достатка в молодежной возрастной группе (25–34 года) являются более важными (73 и 49% соответственно), тогда как идеалы справедливости не являются приоритетными (23%). В то же время пожилые россияне (65 лет и старше) отдают предпочтение ценностям справедливости и мира (37 и 39% соответственно) и в меньшей степени считают важными семью и достаток (53 и 28% соответственно).

Таким образом, ценности, формирующие гражданственность и патриотизм молодежи, занимают периферийные позиции. В контексте общества в целом выбор молодежи свидетельствует о разрушении публичного пространства, разрыве межпоколенческих связей, девальвации коллективистских и социально значимых ценностей, что проблематизирует формирование единой российской и гражданской идентичностей.

В рамках эмпирического исследования респондентам предлагалось ответить на вопрос «Как часто Вы ощущаете близость с разными группами людей, с теми, о ком Вы могли бы сказать "Это – мы"?»<sup>3</sup>. В качестве групп для оценивания опрашиваемым предлагался список макроидентичностей (например, россияне) и микроидентичностей как предметного характера (например, семья, друзья, соседи), так и абстрактно-символического характера (например, люди одной профессии, одной национальности, одной веры).

<sup>1</sup> Анкетирование 500 человек в возрасте от 14 до 30 лет, проживающих на территории Томской области. Квотная выборка (численность населения муниципального образования, пол, возраст, образование).

<sup>2</sup> Проект «Доминанты», опрос «ФОМнибус», 12 июня 2011 г.

<sup>3</sup> Использована вербальная шкала частот. Чем ближе средний балл к значению 1, тем чаще респонденты ощущают близость с указанной общностью; чем ближе средний балл к значению 5, тем реже респонденты ощущают близость с указанной общностью.

Из табл. 1 видно, что решающую роль в самоидентификациях молодежи играют такие группы, как семья и друзья. Реже респонденты идентифицируют себя с макрообщностями демографического (молодежь), территориального (жители города, области) и державно-народного (сибиряки, россияне) типа. Замыкают рейтинг абстрактно-символические общности. Таким образом, **гражданская идентичность (с россиянами) не относится к числу устойчивых МЫ-самоидентичностей молодежи Томской области.**

Таблица 1

Рейтинг МЫ-самоидентичностей молодежи (средний балл)	
Семья	1,40
Друзья	1,53
Молодежь	1,89
Сибиряки	2,03
Жители моего города / села / поселка	2,12
Россияне	2,14
Жители Томской области	2,27
Люди той же национальности, что и я	2,41
Люди той же профессии, что и я	2,56
Студенты	2,66
Соседи	2,70
Школьники	2,82
Люди того же вероисповедания, что и я	3,04

С одной стороны, личные интересы приоритетны по сравнению с гражданственными, с другой стороны, молодежь вовлечена в активный поиск новых идентичностей как на макроуровне (сибиряки), так и на микроуровне (люди той же национальности, что и я). Последнее подкрепляется низкими значениями отрицательных МЫ-идентичностей (тех групп, с которыми респонденты НИКОГДА не ощущают близости).

Так, только **5%** респондентов указали, что никогда не ощущают близости с такой группой, как россияне. Активный поиск новых идентичностей на фоне «постимперского синдрома», выраженного в кризисе самоидентификации (ВСЕГДА ощущают близость с россиянами только **42%** молодежи Томской области), позволяет говорить о существенном резерве для формирования новой гражданской идентичности в молодежной среде.

В общероссийском контексте, по данным Н.Е. Тихоновой [1. С. 136], в городах с населением свыше 500 тыс. человек доля тех, кто устойчиво ощущает себя россиянином, составляет **48%**, среди городской молодежи в возрасте до 30 лет – **50%**.

Таким образом, можно констатировать **связь МЫ-самоидентичностей молодежи с доминирующими ценностями, направленными на приватную сферу жизни и малый коммуникативный круг.** Патриотическое самосознание предполагает, напротив, высокий уровень развития коллективной идентичности (с народом, страной, государством). Фиксация единства интересов личности с интересами крупных социальных общностей составляет

содержание идентификационной функции патриотизма. Одной из актуальных задач в этой связи становится выявление причин, не позволяющих молодежи идентифицировать себя со своей страной. Как отмечает Н.Е. Тихонова [Там же. С. 143], такими причинами могут быть недовольство россиян уровнем экономического развития страны, невозможность уважать себя как граждан своей страны, движение России «не по тому пути» в целом. Иначе говоря, вопрос об идентификации («кто мы такие?») невозможен без постановки вопросов об ориентации («куда мы идем?») и адаптации («к чему мы можем приспособиться?»). Это основные «оси», обеспечивающие «привязку» человека к социальному полю [2].

Можно говорить и «о дефиците социальных и культурных общностей разного масштаба, ...коллективных символов идентификации в нынешней России, своеобразной десоциализации» [3. С. 77], что связано с радиусом референции современной молодежи. Современные молодые люди погружены в глобализованную информационную и жизненно-стилевую среду. Возможности выбора референтных групп и сообществ резко возросли. Теперь благодаря наличию Интернета и других форм массовой коммуникации человек может включаться в жизнь практически любой социальной группы или сообщества. Это отмеченное У. Бемом и З. Бауманом разрушение власти физического пространства над социальной жизнью людей приводит к разрушению актуальности традиционных социальных групп – национальных, территориальных и др. – как оснований самоидентификации современных членов общества.

В качестве социальной практики, отражающей патриотические установки, можно рассмотреть чувство гордости за свою страну. Так, по данным Фонда общественного мнения<sup>1</sup>, **60% россиян** испытывают чувство гордости за свою страну, но **63 %** – также и чувство стыда. При этом основаниями для гордости являются люди, народ, достижения в таких сферах, как спорт, образование, медицина, историческое прошлое. В качестве причин для стыда за свою страну респонденты указывали низкий уровень жизни, отсутствие заботы о людях, бездействие властей, беззаконие в стране, низкий уровень культуры и нравственности.

Среди молодежи Томской области чувство гордости за страну испытывает **50%** респондентов, **25%** исследуемой молодежи с полной уверенностью говорят об его отсутствии. Еще **25%** затруднились с ответом, что свидетельствует о наличии смешанных чувств в отношении своей страны.

Сопоставим полученные результаты с представлением молодых людей о Родине. В ходе исследования респондентам был предложен открытый вопрос «Что для Вас означает понятие “Родина?”», ответы на который были разделены на несколько смысловых групп.

Наиболее популярным стало определение Родины посредством формальной апелляции к месту рождения или проживания – его придерживается **31%** молодежи Томской области. Этот ответ практически полностью исключает эмоциональные коннотации, личные глаголы (место, где я *родился*) и притяжательные местоимения (место *моего* рождения) заменяются на обезличен-

---

<sup>1</sup> Общероссийский опрос, 4–5 сентября 2010 г.

ные лексические конструкты (место рождения, место жительства). В ответах респондентов речь идет только о констатации факта принадлежности части своей жизни к определенному территориальному образованию, полностью исключая установление личных связей с Родиной, и, как следствие, личностного отношения к Родине.

Однако **20%** опрошенных понимают под Родиной место, где им хорошо, где все родное и есть ощущение, что это дом. Ответы в этой смысловой категории насыщены эмоциональными, яркими коннотациями, содержат указание на глубокое личное отношение к Родине. Фактически Родина в этой смысловой категории приравнена к живому человеку: ее можно любить, по ней можно скучать, о ней можно заботиться. Наиболее частым словом в описании понятия «Родина» для этой группы респондентов является слово «родной». Типичные ответы выглядят следующим образом: *«это там, где я родился, там, где меня не бросят, защита», «место, где рожден, вырос, куда тянет вернуться, где бы ты не находился», «уголок России, где все родное и дорого, куда тянет», «место, где не существует гонений, там, где береза», «что-то родное, мое, природа теплая, зеленая, реки, поля, леса».*

**12%** молодежи относятся к Родине как к территориально-государственному образованию. Типичные ответы содержат такие лексические формы, как «страна», «Россия», «правительство», «Сибирь», «область», «государство».

**9%** респондентов считают, что Родиной можно считать то, что вызывает чувство гордости и патриотизма, отваги, служит основанием для проявления лучших качеств человека. Отметим, что опрошенные рассуждают в модусе должноствования, часть даже специально проводит демаркационную линию с реальным положением дел. Например, типичным в данной смысловой категории является суждение «раньше вызывала гордость, а сейчас стыдно за Родину», «гордость, только сейчас нет». Ярким высказыванием, характеризующим квинтэссенцию категории, является следующее: Родина – это «страна, в которой я родился, судьба которой мне важна. Страна, ради которой я готов трудиться, чтобы сделать жизнь в ней лучше».

Еще **8%** молодежи закладывают в определение Родины ассоциативные связи с представлением о матери и семье. Причем, если «Родина – мать» – это клише для сознания россиян, то употребление термина «мама» демонстрирует, во-первых, эмоциональное отношение к Родине, во-вторых, ориентацию на малый коммуникативный круг. Для этой категории ответов характерны воспоминания о детстве, проведение аналогий между функциями Родины и матери, апелляция к чувствам и эмоциям. Характерными являются следующие суждения: «это мать, любящая своих детей, чего в данный момент не наблюдается», «любовь к матери, отчий дом», «это рождение моих предков, родителей, меня и моих будущих детей».

**3%** опрошенных отметили, что Родина ничего не значит для них, это – пустой звук, слово, за которым ничего не стоит. Отметим, что практически никто из респондентов этой категории не выражал сожаление по поводу утраты смысловой нагрузки понятия «Родина», только один ответ содержал некоторую сдержанную грусть (*«развалины великой державы»*). В других

ответах читалась только констатация факта («ничего») или даже раздражение («ничего толком»).

**15%** респондентов затруднились с ответом на вопрос о понятии «Родина», что во многом объясняется противоречивостью значения Родины для молодежи Томского региона.

Таким образом, представленные варианты понятия «Родина» можно разделить на три измерения. *Во-первых*, это **территориально-формальное измерение** как на личностном, так и на социальном уровне, т.е. привязка Родины к конкретному месту в пределах страны (земли, края) и включение самого себя в этот локус на протяжении определенного жизненного этапа (рождения, детства или же всей жизни). *Во-вторых*, это **эмоционально-личностное измерение**, ассоциирующее Родину с такими ценностями, как семья и родственные узы. И, наконец, *в-третьих*, **патриотическое измерение** как соотношение Родины с органами государственного управления, а также чувством гордости, долга. Однако наполняемость данной группы мала по отношению к остальным.

Истинный патриотизм с точки зрения должного, по мнению молодых людей, выражается прежде всего через уважение традиций (**54%**). В качестве второго аспекта проявления патриотизма респонденты отмечают укрепление семьи и воспитание детей (**36%**). Таким образом, наиболее значимой функцией патриотизма представляется идеологическая, мировоззренческая. Такие ритуализированные и рутинизированные практики, как празднование исторических событий и голосование на выборах за патриотические партии, были выбраны опрошенными в **28** и **24%** случаев соответственно. Менее значимыми проявлениями истинного патриотизма молодежь считает формы, требующие гражданской активности (участие в патриотических организациях – **22%**, конструктивную критику страны – **14%**), а также разговоры и беседы на патриотические темы со знакомыми (**10%**). Отметим, что **11%** респондентов затруднились ответить.

Таблица 2

**Мнения респондентов относительно необходимости форм гражданско-патриотического воспитания**

<b>Формы гражданско-патриотического воспитания</b>	<b>%</b>
Развитие высокой социальной активности, гражданской ответственности, направленных на укрепление государства	43
Воспитание чувства гордости за свою страну	37
Знакомство с историей, культурой и ценностями страны и родного края	34
Развитие здорового образа жизни	28
Взрачивание чувства ответственности за Родину	25
Духовное воспитание	21
Оборонно-спортивные, физкультурно-оздоровительные мероприятия (зарницы, открытые чемпионаты, соревнования), тренировки	20
Развитие навыков общения и действия в коллективе	16
Основы политического образования	12
Основы правовых знаний	11
Основы экономической грамотности	7
Затрудняюсь ответить	10
Другое	1

В качестве содержательного стержня гражданского и патриотического

воспитания, по мнению молодежи, должны выступать развитие высокой социальной активности, гражданской ответственности, направленных на укрепление государства, воспитание чувства гордости за свою страну, знакомство с историей, культурой и ценностями страны и родного края (так считают соответственно 43, 37 и 34% от числа опрошенных). «Западные», прагматичные проявления патриотизма, например, правовая и экономическая образованность, являются непопулярными в молодежной среде. Абстрактный характер доминирующих суждений, а также их явная прогосударственная ориентация свидетельствуют о преобладании патерналистской модели гражданственности среди современной молодежи.

Субъектами, которые в первую очередь должны принимать участие в патриотическом воспитании молодежи, по мнению опрошенных, являются школы (75%) и органы власти (50%), на третьем месте по популярности находятся политические партии (30%). Подобное распределение ответов демонстрирует те высокие обязательства, которые традиционно возлагаются на институт образования как агента социализации, влияющего на формирование личности. Кроме того, патерналистские чаяния российских граждан, транслирующиеся также и молодым поколением, выражаются в актуализации «воспитывающей» роли государства. Примечательно, что религиозные организации, на которые в данном вопросе сейчас «делает ставку» государство, являются наименее желанными субъектами гражданско-патриотического воспитания.

В целом результаты исследования демонстрируют наличие определенного парадокса – с одной стороны, большинство молодежи определяет себя в качестве «граждан», с другой стороны, реальные формы гражданской активности демонстрирует значительно меньшая ее часть. Можно говорить о том, что гражданско-патриотическая самоидентификация не связана с четко обозначенными ролевыми предписаниями и моделями поведения в современной молодежной среде.

Так, в качестве наиболее распространенной формы гражданской активности молодежи можно обозначить «рекреационную» – участие в праздничных и физкультурно-спортивных мероприятиях и организациях. Второй по распространенности является «созидательно-альтруистичная» форма гражданской активности молодежи, проявляющаяся в ее благотворительной и волонтерской деятельности. Наименее распространена «политизированная» форма гражданской активности, подразумевающая участие в политических митингах, членство в партиях и активную публицистическую деятельность в Интернете.

Таким образом, патриотизм в представлениях региональной молодежи не востребован как политическая практика в поле рациональности. Молодые люди в гораздо большей степени нуждаются в символизации единства, что подтверждается их активным поиском новых идентичностей, чем в создании пространства для конструктивной дискуссии на политические темы. Патриотические установки в таком уплощенном понимании выполняют, скорее, функцию социального контроля, социальной сплоченности, что свидетельствует о трансформации или даже разрушении публичной сферы и с необходи-

мостью должно быть учтено при разработке региональной политики по патриотическому воспитанию молодежи.

#### *Литература*

1. *Тихонова Н.Е.* Становление новой российской идентичности: опыт эмпирического анализа // Идентичность как предмет политического анализа: сб. статей по итогам Всерос. науч.-теор. конф. (ИМЭМО РАН, 21–22 октября 2010 г.). М., 2011. 299 с.
2. *Левада Ю.А.* Координаты человека [Электронный ресурс]// Мониторинг общественного мнения. Январь–февраль 2001. №1(51).URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/815/989/1219/02levada-7-15.pdf> (дата обращения: 06.11.2012).
3. *Гудков Л.Д.* Молодежь России /Л.Д. Гудков, Б.В. Дубин, Н.А. Зоркая. М., 2011. 96 с.