

# Молодежь России – XXI век

*ПАРМА Роман Васильевич – кандидат политических наук, ведущий научный сотрудник Института гуманитарных технологий и социального инжиниринга, доцент департамента политологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125993, Россия, г. Москва, ГСП-3, Ленинградский пр-кт, 49; rvparma@fa.ru)*

## ПАТРИОТИЧЕСКИЕ НАСТРОЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

**Аннотация.** В статье на основе социологических исследований и когнитивного картирования контента социальных медиа раскрывается содержание патриотических установок российской молодежи студенческой возрастной группы. В целом среди российского населения фиксируются выраженные патриотические настроения, которые обусловлены сформированной системой ценностей. В сравнении со старшими поколениями среди студенческой молодежи наблюдаются менее выраженные патриотические настроения. В условиях международной напряженности российская молодежь студенческого возраста оказывается «слабым звеном» для внешнего воздействия потоков деструктивной информации.

**Ключевые слова:** патриотические настроения, политические установки, индивидуальные ценности, молодое поколение, студенческая молодежь, гражданская консолидация, информационные потоки, медийный контент

*Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финуниверситету.*

**Контуры патриотизма.** В дискурсивных пространствах происходит понятийное противоборство сущностей патриотизма, которое проявляется в подмене значений, искажении смыслов и смешении ценностей, поэтому необходимо более однозначное раскрытие его содержания [Кафтан 2018]. Применительно к избранной теме исследования содержание патриотизма молодежи обуславливается прежде всего усвоенными в процессе социализации ценностями. На основе исследования ценностей выделяются следующие модели патриотических установок современной российской молодежи: 1) наиболее распространенный абстрактный патриотизм, лишенный чувства любви к Родине; 2) реже встречающийся традиционный патриотизм, выраженный в гордости за страну; 3) довольно значимый локальный патриотизм, заключающийся в любви к своей малой родине; 4) менее значимый демократический патриотизм, направленный на социальную справедливость; 5) слабо выраженный либеральный патриотизм, состоящий из достижений страны; 6) весьма ограниченный критический патриотизм, обличающий власти; 7) маргинальный глобалистский патриотизм, проявляемый в представлении об открытом мире. Исследователи выявили тенденцию, что по мере взросления молодежи значение моделей абстрактного и традиционного патриотизма уменьшается, а моделей локального и либерального патриотизма увеличивается [Ивченков, Сайганова 2020].

Согласно эмпирическим данным, патриотическая идентичность молодежи сильно влияет на проявления характера гражданственности. Патриотично настроенная молодежь в современной России значительно более лояльна и гораздо менее оппозиционна власти. Молодые патриоты более склонны следовать принципу гражданского долга и продемонстрировать политическую

активность [Маленков 2022]. Другие исследователи отмечают, что современное представление о государстве в массовом сознании молодежи предопределено патерналистскими ценностями, имеющими исторические корни связи «русской земли» и «российского государства» [Евгеньева и др. 2023]. Исходя из мировой практики, исследователи отмечают, что позитивное формирование гражданственности молодежи проводится на основе гражданско-патриотического и военно-патриотического воспитания [Мурзина, Казакова 2019]. Некоторые исследователи полагают, что гражданское воспитание молодежи должно состоять в системном раскрытии содержания патриотической идеи на основе соборности [Килин 2020]. В содержание современного российского патриотизма исследователи включают идеологемы суверенной демократии, политической стабильности, инновационного развития и великой державы [Шатилов 2017].

Данное исследование призвано определить уровень патриотических настроений среди российской студенческой молодежи на современном этапе напряженного переустройства мирового порядка. На основании анализа данных социологических опросов ВЦИОМа и ФОМа выявлены особенности выражения и содержания патриотической позиции студенческой молодежи в сопоставлении с населением в целом. Когнитивное картирование контента социальных медиа дополняет содержательное раскрытие патриотических установок студенческой молодежи в соответствии со сформированной системой ценностей.

**Результаты исследования.** Согласно данным социологического опроса ВЦИОМа, подавляющее большинство граждан в той или иной степени (91%) считает себя патриотами России. Причем более половины (52%) граждан уверенно относят себя к патриотам. Среди всей молодежи как студенческого, так и рабочего возраста патриотами безусловно считают себя несколько меньшее число (43%). Такое соотношение обозначает явное различие в установках — молодежь оказывается несколько менее патриотичной, чем старшие поколения.

Таблица 1

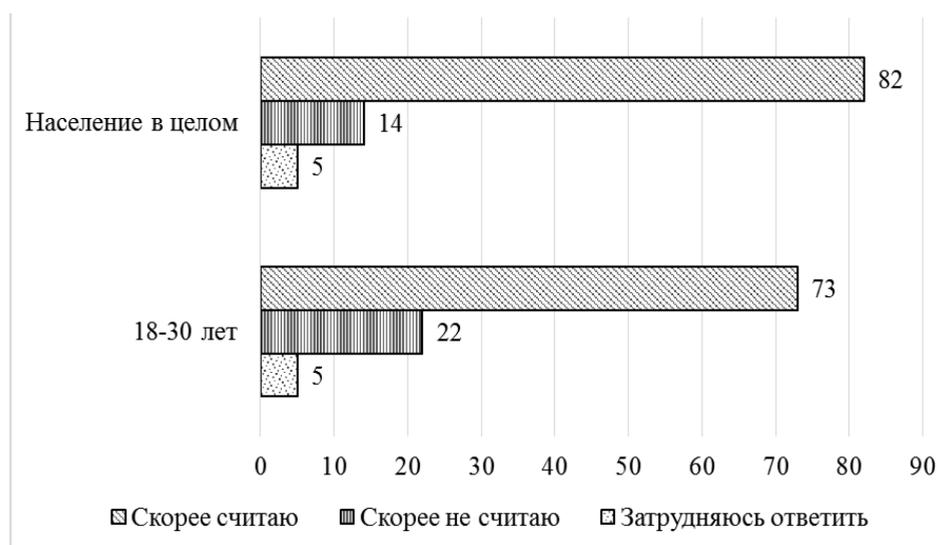
**Декларируемый российскими гражданами статус патриота, 2023 г.\***  
(Как бы Вы сами себя охарактеризовали — как патриота своей страны или нет?)  
% от опрошенных, один ответ)

Вариант ответа	Все респонденты	Молодежь	
	18 лет и старше	18–24 года	25–34 года
Да, безусловно	52	42	44
Скорее да	39	43	44
Скорее нет	4	6	9
Безусловно, нет	1	3	2
Затрудняюсь ответить	4	6	1

\* Источник: ВЦИОМ-Спутник, март 2023 г., 1 600 респондентов

Весьма схожие результаты показал социологический опрос ФОМа, который предполагал дихотомию выбора, смягченного неоднозначными вариантами ответов. В целом абсолютное большинство (82%) российских жителей скорее

идентифицирует себя как патриотов, лишь немногие (14%) скорее патриотами себя не считают. Среди молодежи несколько меньшая доля (73%) скорее считает себя патриотами, а весомая часть — около четверти (22%) — к ним себя не склонны относить. Здесь также проявляются поколенческие различия, которые обусловлены как возрастными особенностями, так и тенденциями в распространении патриотических установок.

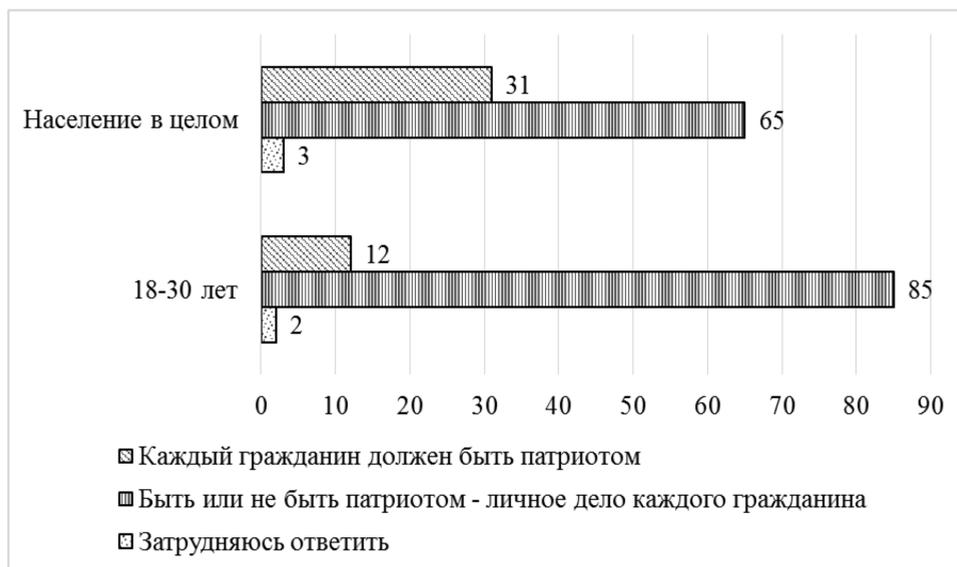


Источник: ФОМ, август 2020 г., 1 000 респондентов

*Рисунок 1.* Декларируемый российскими гражданами статус патриота, 2020 г. («Вы скорее считаете или не считаете себя патриотом?», % от числа опрошенных, один ответ)

При этом менее трети (31%) населения страны полагают, что каждый гражданин должен быть патриотом. Абсолютное большинство (65%) считает, что патриотизм является личным делом каждого гражданина. Данное обстоятельство свидетельствует о доминировании индивидуалистических установок над коллективистскими в российском обществе. Среди молодежи обозначенные расхождения оказались еще более выраженными. Подавляющее большинство (85%) молодежи считает приверженность патриотизму личным делом, и лишь небольшая часть (12%) обязанностью гражданина. Социологические данные подтверждают, что российская молодежь в меньшей степени намерена действовать, исходя из патриотических установок государства, чем старшие поколения.

Интенции статуса патриота среди российских граждан весьма разнообразны, но проявляются некоторые характерные особенности. В целом около половины (48%) населения считают, что быть патриотом — значит прилагать усилия для развития страны. Более трети (38%) граждан полагают, что суть патриотизма заключается в защите страны от нападков и обвинений. А около трети (32%) граждан отмечают, что патриот прежде всего должен говорить о своей стране правду, в т.ч. негативно характеризующую страну. Также треть граждан считают, что сущность патриота состоит в ощущении себя неотъемлемой



Источник: ФОМнибус, май 2022 г., 1 500 респондентов.

Рисунок 2. Долженствование статуса патриота среди российских граждан, 2022 г. («С каким из следующих утверждений вы бы скорее согласились: “каждый гражданин страны должен быть патриотом” или “быть или не быть патриотом – личное дело каждого гражданина”?»), % ответивших в группе респондентов)

частью страны. Еще треть полагают, что настоящий патриот должен стремиться к улучшению состояния страны. Среди молодежи студенческого возраста наиболее выраженными характеристиками патриота оказались утверждения о необходимости доносить до людей правдивую информацию (50%) и достигать улучшения дел в стране (50%). Среди молодежи рабочего возраста наиболее выраженными характеристиками патриота оказались действия, способствующие процветанию страны (55%), и схожее по смыслу стремление улучшить состояние дел в стране (43%). Таким образом, для студенческой молодежи оказались более важными моральные принципы и стремления патриота, а для рабочей молодежи – действия и стремления патриота.

Когнитивное картирование информационных потоков в социальных медиа, генерируемых российской молодежью студенческого возраста, позволяет определить качественные характеристики контента патриотического содержания. Источниками анализа информационных потоков были избраны студенческие сообщества 10 крупнейших университетов в самой массовой в российском сегменте цифровых коммуникаций социальной сети ВКонтакте. Выборка контента для анализа составила 600 публикаций, котируемых по месяцам в период с 01.03.2022 по 01.03.2023. По результатам анализа цифрового контента в социальных медиа были определены содержательные характеристики патриотизма.

В информационных потоках патриотический контент, транслируемый студенческой молодежью, характеризуется разделением смыслов на активные и пассивные. Содержательная основа пассивного патриотизма как ощущения

Таблица 2

**Содержание патриотической позиции российских граждан\***  
**(«Что, по-Вашему, значит быть патриотом?», % от общего числа опрошенных, до трех ответов)**

Варианты ответов	Все респонденты	Молодежь	
	18 лет и старше	18–24 года	25–34 года
Работать/действовать во благо / для процветания страны	48	48	55
Защищать свою страну от любых нападков и обвинений	38	35	32
Говорить о своей стране правду, какой бы горькой она ни была	32	50	36
Считать себя частью страны	32	24	34
Стремиться улучшить положение дел в стране	31	50	43
Считать, что твоя страна лучше, чем другие страны	18	7	13
Считать, что у твоей страны нет недостатков	3	4	3
Другое	5	5	3
Затрудняюсь ответить	3	7	2

\* Источник: ВЦИОМ-Спутник, март 2023 г., 1600 респондентов

себя частью страны оказалась наиболее распространенной, встречаясь в более четверти (27%) материалов. Сентенция активного патриотизма как готовности сражаться за страну, жертвуя собой, выражена также в четверти (26%) публикуемых документов. Пассивное понимание патриотизма как образа жизни, способствующего процветанию и благополучию страны, прослеживается в пятой части (20%) материалов. Активное содержание патриотизма, выраженное в действиях по улучшению положения в стране, выявилось в менее четверти (17%) материалов. Понимание патриотизма как намерения публично защищать страну от нападков и обвинений обнаружилось в десятой части (10%) материалов. Таким образом, публикации с пассивным содержательным смыслом несколько преобладают в общем объеме патриотического контента. Такие информационные материалы не предполагают действий, скорее выражают определенную ценностную позицию.

В информационных потоках студенческой молодежи важнейшим объектом выражения патриотизма является культурная связка российской истории и русского языка (26%), которые объединяют страну и сплачивают народ. Далее в исследуемых информационных материалах по степени выраженности объектов патриотизма следуют территориальная связка страны, отечества и государства (24%). Следующим по выраженности объектом патриотизма оказалась социальная связка народа, граждан и общества (17%). Затем следуют связка вооруженных сил, армии и флота (15%), локальная связка малой родины, города и региона проживания (15%). Наименее выраженным объектом патриотизма

в анализируемых информационных потоках оказалась личная связка семьи, дома и близких (3%). Таким образом, культура и территория выступают главными объектами трансляции патриотизма в информационных потоках студенческой молодежи.

Однако детальный анализ объектов выражения патриотизма в генерируемых студенческой молодежью информационных потоках выявляет активацию содержания на личном уровне. Напротив, пассивные содержательные основы преобладают в культурном контексте. В частности обращения к объектам патриотизма проявляется причина дисфункции процесса трансляции установок в информационных потоках, которая заключается в слабой сопряженности с близкими каждому персональными категориями. Так, семейные ценности оказались на периферии объектов патриотизма в информационных потоках студенческой молодежи.

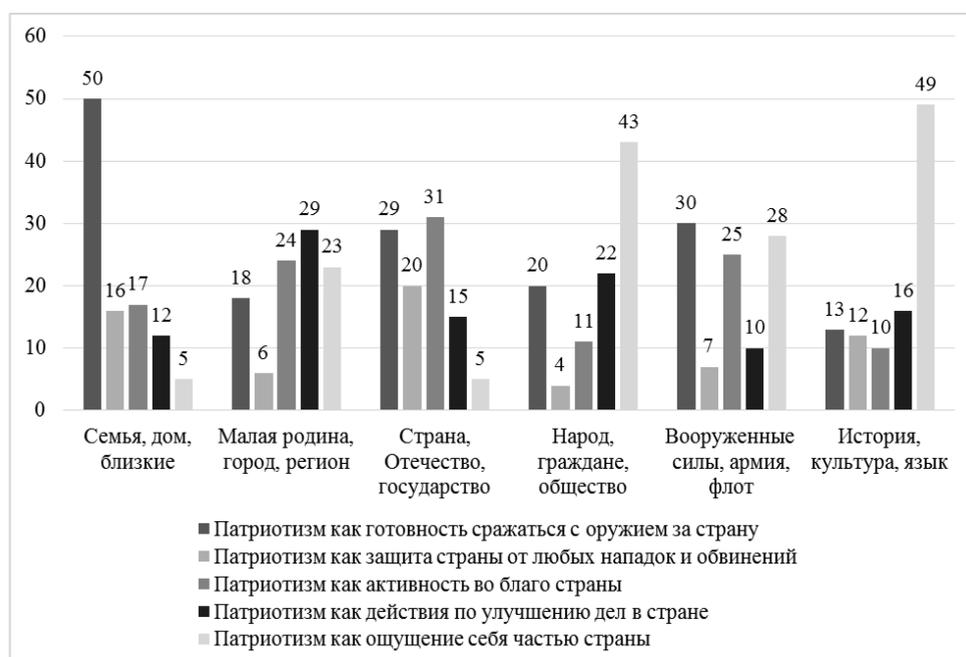


Рисунок 3. Выраженность объектов патриотизма в информационных потоках студенческой молодежи в зависимости от содержания, % от числа материалов

Между тем схожие результаты выявляет социологический опрос в рамках исследования патриотических установок о значении любви к Родине. Если среди всего российского населения на первом месте стоят семейные ценности, то среди молодежи студенческого возраста они лишь на втором плане. Любовь к малой родине также вызывает среди студенческой молодежи менее выраженные чувства, чем у старших поколений. При этом студенческая молодежь более склонна воспринимать любовь к Родине через прошлое — историю, культуру, традиции, а также благосостояние — развитие и процветание страны. Примечательно, что, в отличие от студенческой, рабочая молодежь в своих чувствах к Родине близка к общим оценкам населения.

Таблица 3

**Содержание патриотизма в проявлении любви к Родине\***  
**(«Что для Вас лично означает “любить свою Родину”?»)**  
**Открытый вопрос, до трех вариантов ответа, % респондентов,**  
**приведены ответы, набравшие более 5%)**

Варианты ответов	Все респонденты	Молодежь	
	18 лет и старше	18–24 года	25–34 года
Семья, дом / любовь к семье / забота о близких	16	8	16
Место, где родился, живешь / свой город, край	15	10	14
Любить людей / чтобы людям было хорошо / забота о людях	10	11	11
Защищать страну / готовность защищать	9	11	5
Знать и любить историю, культуру, традиции	7	18	8
Развитие страны / вкладываться в процветание / чтобы становилось лучше	7	16	10
Быть патриотом / патриотизм	6	5	7
Жить в стране / не уезжать	6	2	6
Действовать в интересах страны / работать на благо страны	5	8	3
Не предавать страну / быть верным, преданным	5	8	3
...			
Другое	10	14	8
Затрудняюсь ответить	19	15	22

\* *Источник:* ВЦИОМ-Спутник, март 2023 г., 1 600 респондентов

**Общие выводы.** Таким образом, в современном российском обществе патриотические установки и ценности доминируют, создавая благоприятные условия для политической консолидации в условиях опосредованного военного столкновения со странами «коллективного Запада». Однако в возрастных группах населения уровень патриотических настроений различается. Среди молодежи студенческого возраста патриотизм менее выражен, что диктуется приоритетом индивидуалистических ценностей по отношению к коллективным интересам государства. В отличие от старших поколений, студенческая молодежь более склонна демонстрировать моральные принципы и стремление к личному благополучию, чем прилагать усилия для развития страны и защищать ее интересы. В информационных потоках, генерируемых студенческой молодежью, наиболее важным объектом патриотизма выступает культурная связка российской истории и русского языка, а также территориальная связка страны, Отечества и государства. Студенческая молодежь также более

склонна к пассивным проявлениям патриотизма. В совокупности обозначенные особенности проявления патриотизма в студенческой среде создают риски расширения социального недовольства и протестной мобилизации в данной социальной группе под влиянием внешнего информационного давления.

### Список литературы

Евгеньева Т.В., Селезнева А.В., Скипин Н.С., Тулегенова Д.Д. 2023. Запрос на патернализм: идея и ценность государства в сознании российской молодежи. — *Вестник Российского университета дружбы народов*. Сер. Политология. Т. 25. № 1. С. 233-251. DOI: 10.22363/2313-1438-2023-25-1-233-251.

Ивченков С.Г., Сайганова Е.В. 2020. Ценностные ориентиры и их влияние на восприятие патриотизма у молодежи. — *Вестник Института социологии*. Т. 11. № 2. С. 106-125. DOI 10.19181/vis.2020.11.2.643.

Кафтан В.В. 2018. Терминологическое противоборство вокруг патриотизма как ценности российского общества. — *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. Т. 8. № 3. С. 36-43. DOI: <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2018-8-3-36-43>.

Килин С.В. 2020. Теоретические, ценностные и организационно-правовые основы формирования патриотического уmonoстроения у современной российской молодежи. — *Вестник славянских культур*. Т. 58. С. 122-137. DOI: <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2020-58-122-137>.

Маленков В.В. 2022. Патриотизм, гражданственность в политике и идентичности молодежи. — *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*. № 67. С. 120-131. DOI 10.17223/1998863X/67/11.

Мурзина И.Я., Казакова С.В. 2019. Перспективные направления патриотического воспитания. — *Образование и наука*. Т. 21. № 2. С. 155-175. DOI: 10.17853/1994-5639-2019-2-155-175.

Шатилов А.Б. 2017. Формирование концепта государственного патриотизма в России в период 2000-2017 гг.: основные этапы и базовые идеологемы. — *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. Т. 7. № 3. С.18-23.

PARMA Roman Vasil'evich, Cand.Sci. (Pol.Sci.), Leading Research Fellow of the Institute of Humanitarian Technologies and Social Engineering, Associate Professor of the Department of Political Science, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, GSP-3, Moscow, Russia, 125993; [rvparma@mail.ru](mailto:rvparma@mail.ru))

## PATRIOTIC MOODS OF STUDENTS IN MODERN RUSSIA

**Abstract.** Based on sociological research and cognitive mapping of social media content, the article reveals the content of the patriotic attitudes of the Russian youth of the student age group. In general, pronounced patriotic sentiments are recorded among the Russian population due to the formed system of values. In comparison with older generations, less pronounced patriotic sentiments are observed among student youth. Under the conditions of international tension, Russian youth of student age turns out to be a «weak link» for the external influence of destructive information flows.

**Keywords:** patriotic sentiments, political attitudes, individual values, younger generation, student youth, civic consolidation, information flows, media content

*The article was prepared based on the results of research carried out at the expense of budgetary funds under the state assignment for the Financial University.*