



Patriotic identity of provincial Russian youth: semantic content, emotional experiences and behavior patterns

V. V. Zagrebin¹, I. Y. Kiselev¹, E. V. Yasyuchenya²

¹P. G. Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl, Russian Federation

²Department of youth policy of Yaroslavl city administration, Yaroslavl, Russian Federation

DOI: 10.18255/2412-6519-2025-4-384-397

Research article
Full text in Russian

The article presents a comprehensive analysis of the patriotic identity of Russian provincial youth based on three components: cognitive, affective and behavioral. The cognitive component includes subjective ideas about the manifestations of true patriotism. The affective component characterizes the range of emotional experiences associated with identifying oneself as a patriot. The behavioral component reflects patterns of behavior corresponding to identification as a patriot. Based on the results of the author's sociological study, conducted in the Yaroslavl region in February 2025 with the participation of 1764 respondents aged 14–35 years by the online survey method using a structured questionnaire, it was found that young people have formed a patriotic identity that includes all three components. The majority of respondents consider themselves patriots (83.0 %). At the same time, patriotism is based on love for one's country, language and culture, pride in the achievements of compatriots in science, sports and art; knowledge and pride in state symbols, history of their country and region; feeling of being a citizen of their country; readiness to defend it. It is shown that the formation of patriotic identity is the result of the inclusion of young people in the activity context within the framework of patriotic education.

Keywords: patriotism; youth; patriotic identity; cognitive component; affective component; activity component; patriotic education; Yaroslavl region

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Zagrebin, Vladimir V. | E-mail: vladimir_zagrebin@mail.ru
Cand. Sc. (Sociology)

Kiselev, Igor Y. | E-mail: igkisselev@mail.ru
D. Sc. (Sociology)

Yasyuchenya, Elisey V. | E-mail: yasutshenyaev@city-yar.ru

Funding: Center for Patriotic Education (agreement No. 2511 dated 11/25/2024)

For citation: Zagrebin V. V., Kiselev I. Y., Yasyuchenya E. V. A Patriotic identity of provincial Russian youth: semantic content, emotional experiences and behavior patterns // Social'nye i gumanitarnye znaniya. 2025. Vol. 11, No. 4. P. 384-397. (in Russ.)



Патриотическая идентичность провинциальной российской молодежи: смысловое наполнение, эмоциональные переживания и модели поведения

В. В. Загребин¹, И. Ю. Киселев¹, Е. В. Ясюченя²

¹Ярославский государственный университет им П. Г. Демидова, Ярославль, Российская Федерация

²Управление по молодёжной политике Мэрии города Ярославля, Ярославль, Российская Федерация

DOI: 10.18255/2412-6519-2025-4-384-397

УДК 316.354.4

Научная статья

Полный текст на русском языке

В статье представлен комплексный анализ патриотической идентичности российской провинциальной молодежи на основе трех компонентов: когнитивного, аффективного и поведенческого. Когнитивный компонент включает субъективные представления о проявлениях патриотизма. Аффективный компонент характеризует спектр эмоциональных переживаний, связанных с идентификацией себя в качестве патриота. Поведенческий компонент отражает модели поведения, соответствующие идентификации в качестве патриота. На основе результатов авторского социологического исследования, проведенного в Ярославской области в феврале 2025 года с участием 1764 респондентов в возрасте 14–35 лет методом онлайн-опроса с использованием структурированной анкеты, установлено, что у молодых людей сформирована патриотическая идентичность, включающая все три компонента. Большинство опрошенных считают себя патриотами (83,0 %). При этом патриотизм основывается на любви к своей стране, языку и культуре, гордости за достижения соотечественников в науке, спорте и искусстве; знании государственной символики, истории своей страны и региона и гордости за них; ощущении себя гражданином своей страны; готовности защищать её. Показано, что формирование патриотической идентичности является результатом включения молодежи в деятельностный контекст в рамках патриотического воспитания.

Ключевые слова: патриотизм; молодежь; патриотическая идентичность; когнитивный компонент; аффективный компонент; деятельностный компонент; патриотическое воспитание; Ярославская область

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Загребин, Владимир Владимирович	E-mail: vladimir_zagrebina@mail.ru Кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии
Киселев, Игорь Юрьевич	E-mail: igkisselev@mail.ru Доктор социологических наук, заведующий кафедрой социологии
Ясюченя, Елисей Валерьевич	E-mail: yasutshenyaev@city-yar.ru Заместитель начальника Управления по молодёжной политике

Финансирование: ГАУ ЯО «Центр патриотического воспитания» (договор № 2511 от 25.11.2024)

Для цитирования: Загребин В. В., Киселев И. Ю., Ясюченя Е. В. Патриотическая идентичность провинциальной российской молодежи: смысловое наполнение, эмоциональные переживания и модели поведения // Социальные и гуманитарные знания. 2025. Том 11, № 4. С. 384–397.

© ЯРГУ, 2025

Статья открытого доступа под лицензией CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Введение

Актуальность исследования патриотической идентичности в российской молодежной среде обусловлена значимыми социальными и политическими вызовами, стоящими перед Россией. В условиях ускоряющейся глобализации, усиливающегося информационного потока и трансформации ценностных ориентиров особое значение приобретает понимание механизмов формирования и проявления патриотизма у молодого поколения, являющегося ключевым субъектом социального развития страны.

Несмотря на высокие показатели уровня патриотизма в российском обществе, зафиксированные федеральными замерами изучения общественного мнения [1; 2], данные авторских социологических исследований свидетельствуют о размытости образа «истинного патриота» в массовом сознании молодежи [3, с. 188], а также о наличии определенного уровня неопределенности и внутреннего противоречия в отношении молодежи к социально одобряемым ценностям [4, с. 85]. Более того, в молодежной культуре наблюдается доминирование так называемого «конструктивного» патриотизма – идеи любви к Родине через анализ и критический диалог с существующим положением дел, а также стремление к его улучшению [5]. В связи с этим особую актуальность приобретает изучение смыслов, которые вкладывают представители подрастающего поколения, проживающие в российских провинциях, в понятие «патриот».

Молодежь является носителем новых ценностных ориентиров, моделей поведения и смысловых конструктов, которые в будущем определяют развитие общества и стабильность внутри страны. В условиях актуальных вызовов, таких как военные конфликты, внутренние социальные изменения и геополитическая напряженность, важно выявить содержательные и структурные основы патриотической идентичности молодежи, чтобы выработать эффективные стратегии государственной политики в области воспитания и гражданского образования. Теоретико-прикладной анализ, основанный на системном подходе, позволяет определить ключевые компоненты патриотизма и понять механизмы их взаимодействия, что, в свою очередь, способствует формированию целостного представления о внутренней мотивации и идентичности молодых граждан России. Результаты данного исследования могут стать основой для разработки программ, способных укрепить национальную идентичность, повысить гражданскую ответственность и содействовать формированию позитивного имиджа России как во внутренней, так и в глобальной перспективе.

Концептуализация исследования патриотической идентичности молодежи

Анализ структуры и содержания патриотической идентичности молодежи важно предварить рассмотрением понятия «идентичность».

Согласно определению Н. Л. Ивановой и Т. В. Румянцевой, «идентичность представляет собой важный компонент самосознания, образа-Я, который выступает в качестве центрального смыслообразующего элемента личности, имеет когнитивно-аффективную природу и оказывает влияние на ценности, мышление, поведение человека; придает человеку определенность, задает границы его места в социальном мире» [6, с. 7].

В соответствии с приведенным определением важно отметить ряд важных аспектов построения образа-Я субъекта, который характеризует достижение идентичности. Идентичность является результатом *познавательных усилий* субъекта.

Идентификация предполагает «опознание, распознавание чего-либо; уподобление, отождествление с кем или с чем-либо» [7, с. 108]. Фактически, для того чтобы ответить на вопрос «кто я?», индивиду необходимо *сравнить* себя с другими людьми, представителями социальной группы, и установить тождество или констатировать отличия [8, с. 45].

Формирование идентичности осуществляется в три этапа [9, с. 184].

На первом этапе – социальной категоризации – происходит упорядочивание социального окружения в терминах группировки личностей способом, который имеет смысл для индивида [8, с. 184]. Фактически речь идет о выборе оснований для сравнения и группировки других людей по этим основаниям. При этом для сравнения выбираются категории среднего уровня абстракции – умеренно описательные и, следовательно, более эффективные с познавательной точки зрения. Кроме того, учитывается пригодность выбранных оснований для сравнения в сложившихся социальных условиях.

Как только основания для сравнения определены, *на втором этапе* происходит собственно социальная идентификация – процесс, посредством которого индивид помещает себя в ту или иную социальную категорию.

На третьем этапе – устанавливается социальная идентичность, то есть полное социальное отождествление индивида с группой.

Отметим, что для построения социальной идентичности важную роль играет сравнение со сложившимися *социальными прототипами*, то есть представлениями о типичном участнике группы (реальном или воображаемом), который наделен характеристиками, свойственными данной группе [10, с. 133–134].

Таким образом, можем сделать вывод, что формирование у молодых людей идентификации в качестве патриота является следствием познавательных процессов, предполагающих, во-первых, конструирование представления о том, что значит быть патриотом; во-вторых, использование категории «патриот» для социальной категоризации и сравнения себя и своих сверстников в сложившихся социальных условиях.

Наряду с когнитивной составляющей осознание субъектом идентичности сопровождается эмоциональными реакциями. Например, констатация индивидом тождества своих качеств и характеристик членов привлекательной для него группы может сопровождаться переживанием чувства гордости, а установление различий – вызывать разочарование. И наоборот, осознание совпадения своих черт и характеристик непривлекательной группы вызывает чувство стыда, а отличий – радость.

В связи с этим важное направление анализа патриотической идентичности связано с выявлением эмоций, переживаемых молодыми людьми в связи с тем, что они считают себя патриотами или отказываются от подобной самокатегоризации.

Идентичность предполагает следование определенным моделям поведения. С одной стороны, идентичность человека формируется в контексте тех действий, которые он предпринимает. Например, согласно деятельностному подходу, идентичность – зависимая величина, определяемая структурой межгрупповой дея-

тельности [11, с. 609]. С другой стороны, будучи сформированной, идентичность предопределяет готовность осуществлять деятельность, которая соответствует представлению индивида о себе.

Принимая во внимание сказанное, анализ патриотической идентичности предполагает выявление тех видов деятельности, включение в которые способствует формированию соответствующей идентичности у молодежи, а также выявление моделей поведения, которые соответствуют тому или иному паттерну патриотической идентичности.

Таким образом, патриотическая идентичность требует анализа с точки зрения трех ключевых компонентов: когнитивного, аффективного и поведенческого. Основные характеристики и особенности каждого из указанных компонентов представлены в таблице 1.

Таблица 1

Эмпирические компоненты патриотической идентичности молодежи

Компоненты патриотической идентичности молодежи	Базовые характеристики
Когнитивный компонент	Наличие самоопределения в качестве патриота. Определение представителей ближайшего окружения в качестве патриотов. Субъективные представления молодежи об «истинном» патриотизме, то есть определение критериев, которые респонденты используют для категоризации себя или других в качестве патриотов. У подрастающего поколения сформируются различные субъективные модели, в которых «истинный» патриотизм связывается с проявлением сознательной гражданской позиции, уважением к национальным ценностям и активным участием в жизни общества, тогда как несоответствие этим критериям интерпретируется как отсутствие патриотической идентичности.
Аффективный компонент	Спектр эмоций, возникающих у молодежи в результате самоидентификации в качестве патриота. Анализируются чувства и эмоциональные реакции, связанные с малой родиной, страной в целом и государственной символикой. Эти эмоциональные реакции играют важную роль в формировании и укреплении патриотической идентичности, способствуя активизации формирования позитивного отношения к отечественной истории и национальной культуре.
Поведенческий компонент	Модели поведения, соответствующие проявлениям патриотизма, в том числе, готовность служить в армии и защищать свою страну. Такие поведенческие практики свидетельствуют о внутренней интеграции патриотических ценностей в жизненные стратегии молодежи и активную позицию в отношении Родины.

Проанализируем содержание патриотической идентичности, включающей перечисленные компоненты, опираясь на результаты социологического исследования молодежи Ярославской области.

Методологические основы эмпирического исследования

С целью анализа представлений молодёжи Ярославской области относительно содержания патриотизма в феврале 2025 года проведено социологическое исследование методом онлайн-опроса с использованием структурированной анкеты, размещённой на платформе Yandex Forms. Обработка первичных данных выполнена с применением программного обеспечения SPSS for Windows, версия 26.

Объём выборочной совокупности составил 1764 респондента, проживающих на территории Ярославской области. Выборка целевая. В качестве респондентов выступила молодёжь. Распределение по возрастным группам следующее: 14–17 лет – 43,9 %, 18–22 года – 35,8 %, 23–30 лет – 9,1 %, 31–35 лет – 11,1 %. Среди респондентов 59,2 % – женского пола, 40,8 % – мужского.

Анализ социально-демографических характеристик респондентов позволил сделать вывод, что анкету заполнили преимущественно молодые люди в возрасте 14–22 лет (79,8 %) без высшего образования – учащиеся колледжей и техникумов (55,0 %) и школьники (гимназии, лицеи) – 17,2 %, проживающие в малых городах и сельской местности Ярославской области. Таким образом, основные тенденции и выводы исследования отражают особенности патриотической идентичности молодёжи с отмеченными характеристиками.

Когнитивный компонент патриотической идентичности молодёжи

Согласно результатам исследования, подавляющее большинство респондентов идентифицирует себя как патриотов своей страны. Большинство опрошенных (82,8 %) считают и скорее считают себя патриотами; 7,7 % – склонны давать скорее отрицательный и однозначно отрицательный ответ. При этом 9,5 % респондентов затруднились дать определенный ответ на поставленный вопрос. Самая большая доля таких респондентов приходится на возрастную группу 14–17 лет, учащихся колледжей и безработных.

Выявлены статистически значимые различия по полу: критерий $\chi^2 df = 4 = 20,572$; $p < 0,001$. Молодые люди чаще, чем девушки, дают однозначный положительный ответ на вопрос о том, считают ли они себя патриотами. При этом они несколько чаще, чем девушки, дают однозначно отрицательный ответ на заданный вопрос и чаще выбирают вариант – затрудняюсь ответить. Таким образом, у юношей более определенная категоризация относительно самоопределения в качестве патриота, чем у девушек.

Наряду с тем, что молодые ярославцы считают себя патриотами, они общаются или по меньшей мере знают других людей, которые считают себя патриотами. Таковых 33,0 и 42,2 % соответственно.

Отметим, что самоидентификация респондентов в качестве патриотов и наличие в их окружении людей, которые считают себя патриотами, связаны между собой. Так, респонденты, которые однозначно определили себя в качестве патриотов, полагают, что патриоты есть в кругу их друзей и знакомых (27,5 %) или просто знают таких людей (65,2 %). В свою очередь, если опрошенный не считает себя патриотом, он отмечает, что в его окружении нет друзей и знакомых, считающих себя патриотами (30,4 %), либо они об этом не знают (30,4 %). Различия статистики значимые: критерий $\chi^2 df = 4 = 843,032$; $p < 0,001$. Коэффициент сопряженности Пирсона = 0,569, $p = 0,001$.

Когнитивный компонент представлений о патриотизме у молодежи раскрывается также через субъективные оценки и представления о том, что значит быть патриотом.

Анализ данных показывает: большинство опрошенных полагает, что патриотизм проявляется в гордости за свою страну (63,8 %), в защите народа и территории от агрессии (48,5 %), а также в уважении традиций (40,1 %). Таким образом, патриот определяется как человек, гордящийся своей страной, уважающий традиции и готовый защищать народ и территорию страны от внешней агрессии. В то же время остальные аспекты, связанные с понятием «настоящий патриот», такие как «работа с полной отдачей на благо страны», «укрепление семьи и воспитание детей», «празднование исторических событий и юбилеев», «беседы со знакомыми на патриотические темы» и др., занимают более периферическую позицию в смысловом поле данного концепта (см. рис. 1).

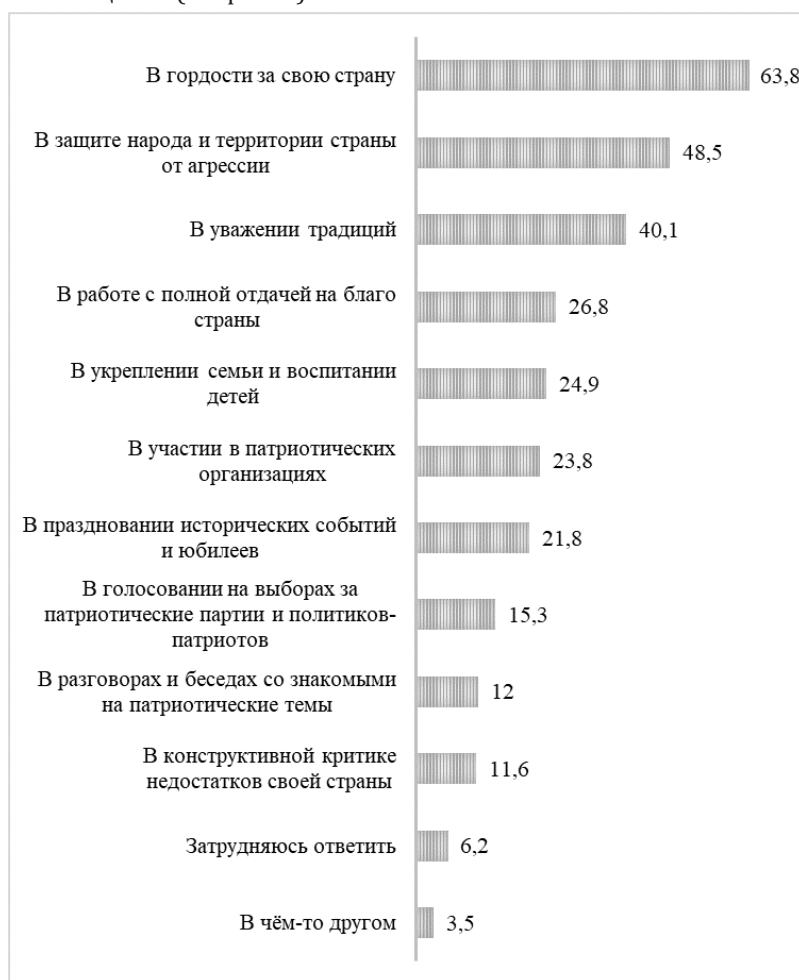


Рисунок 1. Распределение ответов на вопрос: «В чем, на Ваш взгляд, наиболее ярко проявляется истинный патриотизм?», в % наблюдений (респонденты могли выбрать не более трех вариантов ответа)

Следует отметить, что в качестве важной составляющей образа «настоящего патриота» выделяется участие в патриотических организациях (23,8 %) и голосование за патриотические партии и политиков (15,3 %). Иначе говоря, «формальное» проявление патриотизма значимо.

Не получил распространения среди молодежи так называемый конструктивный патриотизм, предполагающий критику недостатков страны в интересах ее развития. Истинный патриотизм с конструктивной критикой текущих дел в стране связывает каждый десятый опрошенный (11,6 %).

Анализ ответов на вопрос «Какого человека нельзя назвать патриотом?» позволяет выявить содержание представлений о признаках, исключающих существование патриотической идентичности. По мнению опрошенных, патриотом нельзя считать человека, который обладает следующими характеристиками:

- мечтает покинуть Россию или уже осуществил эмиграцию – 40,6 %;
- критикует положение дел в стране – 29,6 %;
- ставит личные интересы выше интересов государства и общества – 27,2 %;
- плохо знает историю своей страны, не интересуется ею – 26,6 %;
- наносит вред окружающей среде, например, оставляет мусор во время поездок на природу – 25,4 %;
- уклоняется от службы в армии – 21,1 %;
- не готов следовать традиционным российским ценностям – 20,5 %;
- плохо работает, халатно относится к выполнению служебных обязанностей – 20,0 %.

Таким образом, в массовом восприятии патриота ассоциируют с ответственностью, уважением к традиционным ценностям, а проявление критики, эмиграционные устремления и безответственное отношение к окружающей среде рассматриваются как признаки, исключающие патриотизм.

Тем не менее в представлении молодежи некоторые характеристики, традиционно связываемые с отсутствием патриотизма, не считаются несовместимыми с образом патриота:

- приверженность иностранным брендам – 3,9 %;
- путешествия за границу, а не по России – 8,0 %;
- плохой семьянин – 8,8 %;
- стремление к богатству и высокая ценность денег – 9,6 %.

Анализ данных свидетельствует о наличии противоречий в образе «настоящего патриота». Так, каждый пятый респондент считает, что человек, не разделяющий традиционные ценности, не может считаться патриотом. Согласно Указу Президента РФ № 809 от 09 ноября 2022 г., к традиционным ценностям относятся: жизнь, достоинство, права и свободы человека, патриотизм, гражданственность, служение Отечеству и ответственность за его судьбу, высокие нравственные идеалы, крепкая семья, созидательный труд, приоритет духовного над материальным, гуманизм, милосердие, справедливость, коллективизм, взаимопомощь и взаимоуважение, историческая память и преемственность поколений, единство народов России¹. Вместе с тем большинство опрошенных полагает, что можно быть патриотом

¹ Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей. Указ Президента Российской Федерации № 908 от 09 ноября 2022 г. // Официальный сайт Президента России. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502> (дата обращения: 09.07.2025).

том и при этом ценить деньги, что противоречит ценности приоритета духовного над материальным. Аналогично возможна ситуация, когда человек считается патриотом, несмотря на то, что он не является образцовым семьянином, что также противоречит традиционной ценностной модели.

Аффективный компонент патриотической идентичности молодёжи

Самоидентификация респондентов в качестве патриотов вызывает спектр эмоций. Согласно результатам опроса, доминирующей эмоцией, которая возникает у молодых людей, когда они называют себя патриотами, является гордость – 53,4 %. На втором месте по частоте упоминания находится чувство спокойствия – 16,1 %. Вместе с тем 12,1 % участников опроса не смогли определить свои эмоциональные реакции в связи с идентификацией себя в качестве патриота. Еще около 9,2 % респондентов признались, что не испытывают никаких ярко выраженных эмоций, тогда как 7,1 % отметили чувство вдохновения. Среди опрошенных также присутствуют те, кто испытывает негативные эмоции, такие как стыд, тоска и раздражение, однако их доля минимальна – 0,9 %, 0,7 % и 0,4 % соответственно.

Выявлена связь испытываемых эмоций и идентификации респондентами себя в качестве патриотов.

Чувство гордости испытывает большинство респондентов, которые считают себя патриотами (75,7 %) и скорее считают себя патриотами (45,4 %). Спокойствие разделяют преимущественно те, кто скорее чувствует себя патриотом (24,8 %).

Негативные эмоции с идентификацией «патриот» переживают главным образом те, кто не считает или скорее не считает себя патриотами – 17,0 и 1,3 % соответственно. Отсутствие каких бы то ни было эмоций с идентификацией в качестве патриота наблюдается преимущественно у респондентов, которые не считают себя патриотами (44,6 %) и скорее не считают себя патриотами (51,9 %).

Таким образом, у большинства респондентов ощущение себя в качестве патриота наделяется положительными эмоциональными переживаниями, прежде всего связывается с чувством гордости. Социологическая интерпретация чувства гордости позволяет сделать вывод, что гордость является неотъемлемым компонентом патриотизма. Как подчеркивают Е. В. Зими́на и Т. О. Ефимова, «гордый человек постоянно находится на пути к самореализации и самосовершенствованию, а гордость за свою страну, за свой народ позволяет чувствовать себя полноправным членом общества, наделенным полномочиями «творить историю» своей Родины» [12].

Результаты исследования показали, что среди опрошенных 60,1 % гордятся и 23,5 % скорее гордятся своей *страной*. Отметим, что гордость за страну в полной мере испытывают те, кто считает себя патриотом (80,1 %) и скорее считает себя патриотом (46,9 %). Совсем не гордятся своей страной те, кто не считает себя патриотом (21,4 %) и скорее не считает себя патриотом (10,1 %).

Респонденты испытывают *чувство гордости за то место – город, поселок, село, – в котором живут сейчас*. Они гордятся (52,7 %) и скорее гордятся (23,9 %) им. Чувство гордости за место жительства связано с тем, считает ли респондент себя патриотом. Так, 67,8 % тех, кто считает себя патриотами в полной мере, гордятся местом жительства, 18 % – скорее гордятся им. В свою очередь, среди тех, кто не считает себя патриотом, 26,8 % в полной мере гордятся городом, поселком, се-

лом, в котором живут сейчас. Вместе с тем 16,1 % совсем не гордятся им. Различия статистически значимы: критерий χ^2 $df = 16 = 376,032$; $p < 0,001$. Коэффициент сопряженности Пирсона = 0,419, $p = 0,001$.

Место рождения также является предметом гордости для респондентов. В полной мере гордятся 61,6 % респондентов, скорее гордятся – 19,8 %. При этом респонденты, которые считают и скорее считают себя патриотами, в полной мере гордятся местом рождения – 76,3 и 53,4 % соответственно. Вместе с 30,4 % тех, кто не считает себя патриотами, совсем не гордятся и скорее не гордятся местом своего рождения.

Предметом гордости молодежи выступает *государственная символика страны*, в частности *государственный флаг*: 77,7 % опрошенных в полной мере гордятся им, 11,5 % – скорее гордятся им. Отношение к государственному флагу отличается в зависимости от того, считает или нет респондент себя патриотом. Респонденты, которые считают себя патриотами, дают менее 1 % отрицательных ответов на вопрос о том, испытывают ли они чувство гордости по отношению к государственному флагу. В свою очередь, респонденты, которые не считают или скорее не считают себя патриотами, испытывают амбивалентные чувства к государственному флагу: и гордятся им, и не гордятся. Так, 28,6 % тех, кто не считает себя патриотом, и 15,2 % тех, кто скорее не считает себя патриотом, совсем не испытывают чувство гордости.

Большинство респондентов в полной мере гордятся (78,6 %) и скорее гордятся (11,5 %) *государственным гербом*. Не гордятся государственным гербом респонденты, которые не считают себя патриотами (23,2 %) и скорее не считают себя патриотами (15,2 %). Вместе с тем отметим, что у всех групп респондентов, независимо от самоидентификации в качестве патриота, доминирует чувство гордости за государственный герб.

Молодежь гордится *государственным гимном*. Подавляющее большинство в полной мере гордится – 79,4 % и скорее гордится – 10,1 % государственным гимном. Чувство гордости за государственный гимн связано с самоидентификацией респондентов в качестве патриотов. Так, респонденты, которые не считают себя патриотами, чаще других не испытывают чувство гордости по отношению к государственному гимну (23,2 %); респонденты, которые скорее не считают себя патриотами, – 13,9 %. Однако, как и в случае с другими государственными символами (флаг, герб), у всех респондентов, независимо от самоидентификации в качестве патриота, доминируют ответы, которые указывают на то, что респонденты в полной мере гордятся и скорее гордятся государственным гимном.

Молодежь Ярославской области называет и другие объекты гордости. Она гордится:

- природой России – 61,2 %;
- историей страны – 51,7 %;
- культурным наследием (архитектурой, живописью, литературой, балетом, др.) – 38,8 %;
- духовно-нравственными ценностями – 34,6 %;
- отечественным оружием, военной техникой – 33,6 %;
- победами российским спортсменами – 31,7 %;
- богатством полезных ископаемых – 24,8 %;
- принадлежностью к народу России – 24,4 %;

– отечественной наукой, техникой, производством – 19,8 %;

– достижениями в освоении космоса – 18,7 %.

Отсутствие объектов гордости отметили 1,5 % опрошенных².

Таким образом, независимо от осознания себя патриотом, молодые ярославцы гордятся природой, культурой, историей России, государственными символами. Отсутствие объектов гордости, как показывают результаты исследования, является основанием для отказа от самоидентификации в качестве патриота.

Поведенческий компонент патриотической идентичности молодёжи

Поведенческий компонент патриотической идентичности в проведенном исследовании раскрыт посредством анализа ответов на вопрос, насколько соответствуют патриотизму следующие модели поведения.

С точки зрения опрошенных, патриотизму полностью соответствуют и скорее соответствуют следующие модели поведения:

- любит свою страну, язык, культуру – 74,9 и 16,6 % соответственно;
- гордится тем, что живет в России – 75,3 и 14,5 %;
- ощущает себя гражданином своей страны – 72,6 и 15,8 %;
- испытывает чувство гордости за достижения соотечественников в науке, спорте, искусстве – 71,8 и 16,7 %;
- готов защищать свою страну – 71,7 и 14,2 %;
- знает и чтит государственную символику (герб, флаг, гимн), государственные праздники – 71,5 и 16,3 %;
- знает историю своей страны и региона – 68,6 и 18,3 %;
- чувствует солидарность с соотечественниками – 63,5 и 19,9 %;
- живет и работает в России – 63,5 и 17,0 %;
- привязан к «малой родине» – 63,3 и 19,6 %;
- интересуется событиями в стране – 62,0 и 20,6 %;
- служит в армии – 56,4 и 16,2 %;
- переживает, когда кто-то неуважительно высказывается о России – 55,8 и 19,4 %;
- участвует в выборах – 54,2 и 18,6 %;
- знает систему органов государственной власти – 52,2 и 22,2 %.

Респонденты, которые не считают или скорее не считают себя патриотами, в целом разделяют отмеченные выше представления о поведении патриота. Вместе с тем отдельные характеристики рассматриваются как не в полной мере соответствующие поведенческим паттернам человека, который считает себя патриотом.

Так, с точки зрения респондентов, которые не считают или скорее не считают себя патриотами, патриот не обязательно должен служить в армии: 33,3 % полагают, что служба в армии в чем-то соответствует, в чем-то не соответствует поведению патриота, а 24,4 % убеждены, что служба в армии не соответствует поведению патриота. Кроме того, поведению патриота не обязательно соответствует участие в выборах: 27,4 % полагают, что подобное поведение в чем-то соответствует, в чем-то не соответствует поведению патриота, скорее не соответствует (15,6 %) или полностью не соответствует патриотизму (20,0 %). Патриот не обяза-

² Респонденты могли назвать до 3 вариантов ответа.

тельно должен интересоваться событиями в своей стране и ощущать солидарность с соотечественниками.

Поведенческий компонент также представлен блоком вопросов об отношении к службе в армии. Как было показано выше, служба в армии и готовность защищать свою страну в полной мере соответствует образу патриота. Такую точку зрения разделяет больше половины опрошенных.

Согласно результатам исследования, треть опрошенных (33,4 %) в полной мере согласна с высказыванием о том, что настоящий мужчина должен пройти службу в армии; еще треть (31,4 %) скорее согласна с подобным суждением. Такую точку зрения чаще разделяют респонденты-женщины. Различия статистически значимые: критерий $\chi^2 df = 4 = 20,955$; $p < 0,001$. Коэффициент сопряженности Пирсона = 0,101, $p = 0,001$. Однако связь – слабая.

Степень согласия с утверждением, что настоящий мужчина должен отслужить в армии, различается у респондентов, идентифицирующих и не идентифицирующих себя с патриотами. Так, среди респондентов, считающих себя патриотами, согласны с этим утверждением 47,6 %; скорее согласны – 30,3 %. Среди тех, кто не считает себя патриотами, согласие с этим утверждением разделяют 25,0 % опрошенных, скорее согласны с ним – 12,0 %. Различия статистически значимые: критерий $\chi^2 df = 16 = 300,361$; $p < 0,001$. Коэффициент сопряженности Пирсона = 0,381, $p = 0,001$.

Анализ данных показывает, что большинство участников исследования выражает уважение к участникам военных действий. В частности, 89,7 % респондентов отмечают уважение к ветеранам Великой Отечественной войны. Молодежь также проявляет уважение к участникам локальных конфликтов, таких как события в Афганистане и Чечне, – 74,4 %; участникам специальной военной операции на Украине – 72,7 %.

Самоидентификация респондентов в качестве патриота выступает фактором их отношения к участникам военных действий, прежде всего к участникам локальных конфликтов и специальной военной операции на Украине. Респонденты, которые считают себя патриотами, в два раза чаще определяют свое отношение к участникам локальных военных конфликтов как уважение (80,2 %) по сравнению с теми, кто не считает себя патриотами (39,3 %). Патриоты в шесть раз реже выражают осуждение по отношению к участникам таких конфликтов (0,7 %), чем те, кто не считает себя патриотами (6,7 %). Различия статистически значимые: критерий $\chi^2 df = 8 = 235,873$; $p < 0,001$. Коэффициент сопряженности Пирсона = 0,343, $p = 0,001$.

Респонденты, идентифицирующие себя в качестве патриотов, почти в три раза чаще описывают отношение к участникам СВО на Украине как уважение (78,9 %) по сравнению с тем, кто не считает себя патриотами (28,9 %). Последние также чаще относятся с осуждением к участникам СВО (9,6 %) по сравнению с тем, кто считает себя патриотами (1,7 %). Различия – статистически значимые: $\chi^2 df = 8 = 253,616$; $p < 0,001$. Коэффициент сопряженности Пирсона = 0,355, $p = 0,001$.

Таким образом, неотъемлемым компонентом образа патриота является готовность служить в армии и защищать интересы страны, обеспечивать безопасность граждан в условиях военных конфликтов.

Заключение и перспективы исследования

Проведенное теоретико-прикладное социологическое исследование основ патриотической идентичности молодежи Ярославской области позволяет сделать ряд важных выводов.

У молодежи сформирован целостный образ патриота, включающий когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты. При этом все компоненты одинаково выражены.

Уровень патриотизма среди молодежи региона достаточно высок: большинство опрошенных склонны считать себя патриотами своей страны, причем у юношей это проявляется более ярко, чем у девушек. Молодежь формирует образ патриота, основанный на любви к Родине, языку, культуре и достижениям, а также гордости за свою страну и ее успехи в различных сферах. Важной составляющей патриотической идентичности является готовность служить в армии и защищать интересы страны. Значимым аспектом является уважение к ветеранам и участникам военных конфликтов, особенно к героям Великой Отечественной войны и современным участникам специальной военной операции.

Конструирование целостного образа патриота у современной молодежи является результатом работы по патриотическому воспитанию. С 01 января 2021 года в России одним из ключевых документов в сфере патриотического воспитания выступал федеральный проект «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации» национального проекта «Образование» (реализация проекта рассчитана до 2024 года)³. В рамках проекта в образовательных организациях общего и профессионального образования проводятся мероприятия патриотической направленности. Участники исследования убеждены, что в Ярославской области работа по патриотическому воспитанию молодежи ведется в достаточной мере: в полной мере с этим согласны 36,7 % опрошенных, скорее согласны, чем нет – 40,1 %. При этом участники исследования полагают, что для воспитания патриотизма молодежи были бы полезны и дополнительные меры: проведение развлекательно-познавательных мероприятий (исторические реставрации, военно-прикладные виды спорта, конкурсы патриотических песен, квизы, квесты и т. д.) – 52,5 %; поддержка патриотических проектов молодежных организаций – 43,5 %; организация экскурсий по историческим местам, знакомство с культурным наследием страны – 40,5 % и другие⁴.

Большинство участников исследования – учащиеся школ, колледжей и техникумов, которые являются адресатами мероприятий патриотической направленности. Активные, игровые, проектные формы работы в сфере патриотического воспитания способствуют формированию патриотической идентичности через включение молодежи в соответствующий деятельностный контекст.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что патриотизм продолжает играть ключевую роль в формировании гражданской и национальной идентичности молодежи, а также о необходимости дальнейших исследований для более глубокого понимания его содержания и проявлений в условиях современных социальных вызовов.

³ Патриотическое воспитание молодежи // Роспатриотцентр. URL: <https://rospatriotcentr.ru/rospatriot/patriotic/> (дата обращения 22.07.2025).

⁴ Респонденты могли выбрать не более 3 вариантов ответа.

Ссылки

1. О современном российском патриотизме // ВЦИОМ. 29.03.2024. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/o-sovremennom-rossiiskom-patriotizme> (дата обращения: 09.07.2025).
2. Патриоты и патриотизм // ФОМ. 11.06.2024. URL: <https://fom.ru/TSennosti/15029> (дата обращения: 09.07.2025).
3. Влияние патриотического воспитания на образ патриота среди молодёжи (на примере Ярославской области) / В. В. Загребин, И. Ю. Киселев, Н. В. Овчинникова, А. Г. Смирнова, Е. В. Ясюченя // Социальные и гуманитарные знания. 2021. № 2. С. 182-193. DOI 10.18255/2412-6519-2021-2-182-193
4. Корж Н. В., Каримова Л. Ф. Проблема патриотизма среди современной молодежи в условиях геополитической напряженности // Наука. Общество. Государство. 2022. № 4. С. 80-89. DOI 10.21685/2307-9525-2022-10-4-9
5. Schatz R. T., Staub E., Lavine H. On the varieties of national attachment: blind versus constructive patriotism // Political psychology. 1999. Vol. 20, No. 1. P. 151-174.
6. Румянцева Т. В. Психодинамические основы идентичности. Ярославль: ЯрГУ, 2009. 104 с.
7. Краткий психологический словарь / Под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. М.: Политиздат, 1985. 431 с.
8. Загребин В. В. Процесс социализации молодёжи через призму социологической теории // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Том 3, № 1. С. 42-49. EDN YHIBBX
9. Андреева Г. М. Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2000. 288 с.
10. Huddy L. From Social to Political Identity: A Critical Political Examination of Social Identity Theory // Political Psychology. 2001. Vol. 22, No. 1. P. 127-156.
11. Баранова Т. С. Теоретические модели идентичности личности // Психология самосознания. Хрестоматия / Под ред. Д. Я. Райгородского. Самара: Бахрах-М, 2000. С. 602-612.
12. Зимина И. В., Ефимова Т. О. Концепт "Гордость" в религиозной, научной и фразеологической картинах мира // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2020. №1. URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/14FLSK120.pdf> (дата обращения: 09.07.2025). EDN SCAXID