



## ПАТРИОТИЗМ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ЦЕННОСТЬ: ВОСПРИЯТИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ

**Инна Александровна Газиева**

Институт общественных наук РАНХиГС,  
Москва, Россия,  
[gazieva-ia@ranepa.ru](mailto:gazieva-ia@ranepa.ru),  
ORCID 0000-0002-0778-7171

**Для цитирования:** Газиева И. А. Патриотизм как социальная ценность: восприятие студенческой молодёжи // Социологическая наука и социальная практика. 2025. Т. 13, № 1. С. 142–169. DOI 10.19181/snsp.2025.13.1.7. EDN LBVCUJ.

**Аннотация.** Статья посвящена одной из актуальных проблем в сфере изучения и организации молодёжной политики: оценке и формированию ценности патриотизма. В текущей политической риторике часто говорится о рекордно высоком уровне патриотизма в российском обществе, в том числе в среде студенческой молодёжи, однако при более пристальном изучении социальной среды приходится констатировать некоторую декларативность подобных высказываний. В этой связи целью данной статьи стало определение содержания понятия патриотизма как ценности, которое легло в основу методологии авторского социологического исследования, посвящённого изучению сформированности социальных ценностей в среде студенческой молодёжи. Опрос проведён с 17 мая по 1 июня 2023 г. через личные кабинеты студентов РАНХиГС очной формы обучения (N=4338). По результатам факторного и кластерного анализа массива социологических данных, был сформирован фактор ценности патриотизма, а также выделены типологические группы респондентов, описанные в зависимости от распределения координат центров кластеров и анализа оценок суждений, составляющих содержание фактора патриотизма и дополнительных, уточняющих суждений. Типологическая группа респондентов, находящихся в зоне положительных значений фактора, объединяет «социальных гуманистов»; они высоко ценят ценностные суждения, касающиеся патриотизма, и готовы всячески развивать и поддерживать свою страну; они считают, что благополучие каждого человека неразрывно связано с благополучием общества. Типологическая группа респондентов, находящихся в зоне отрицательных значений фактора (три кластера), объединяет «социальных индивидуалистов»; они отрицательно относятся к патриотизму как социальной ценности и не готовы делиться со своей страной плодами своего труда, не считают себя чем-то обязанными ей. Третья типологическая группа, традиционно, промежуточная, объединяет «социально неопределившихся»; её представители находятся в зоне нейтральных, нулевых значений фактора и не демонстрируют выраженного положительного или отрицательного отношения к ценности патриотизма. С целью определения организационно-методических подходов к формированию ценности патриотизма по результатам корреляционного анализа был сформирован перечень ценностей, являющихся родственными ценности патриотизма, из которых половина оценивается резко отрицательно «социальными ин-

дивидуалистами», а половина – положительно. Предполагается, что основанная на положительно оцениваемых ценностях разработка механизмов реализации молодежной политики, направленной на повышение уровня патриотизма, будет более эффективна и в части формирования патриотизма среди студентов, относящихся к нему негативно. Это составляет следующую исследовательскую задачу автора.

**Ключевые слова:** социальные ценности, патриотизм, молодежная политика, молодежь, высшее образование

## Введение. Обоснование проблемы

Согласно результатам опроса, проведенного в 2024 году ВЦИОМ<sup>1</sup>, 94% россиян называют себя патриотами. Более того, доля тех, кто считает себя безусловным патриотом, выросла за последний год на 10%, обновив исторический максимум (62%). На первый взгляд, данный тезис, вызывающий, безусловно, положительные эмоции, не демонстрирует каких-либо противоречий либо трудностей в трактовке результатов. Однако при более пристальном его рассмотрении очевидным становится весьма широкий подход к оценке уровня патриотизма, который требует уточнения в части содержания понятия, поскольку, на наш взгляд, оно является весьма объемным и включающим различные индикаторы. В этой связи представляется не вполне корректным утверждение о высоком уровне патриотизма, основываясь на оценке лишь одного суждения, а не совокупности признаков.

Подтверждение данному тезису видим в результатах двух социологических исследований с пятилетним шагом, которые демонстрируют нам собирательный образ эмоционального фундамента патриотизма; «комплекс позитивных чувств, связанных с восприятием современной России» [1, с. 304], которые, по мнению М. К. Горшкова, выступают одной из фундаментальных основ патриотизма (см. табл. 1).

Первое, что обращает на себя внимание в таблице 1, это заметная тенденция к снижению у респондентов двух из трёх положительных чувств (любовь: 10,5% – в 2020 г. против 17% – в 2015 г.; гордость: 16,4 и 24% соответственно; лишь уровень уважения вырос за пять лет на два процентных пункта: 28 и 26% соответственно) на фоне почти двукратного роста за пять лет равнодушия (8,9 и 5% соответственно) и негативных эмоций (обида/стыд: 15,4 и 7% соответственно; возмущение: 12,5 и 6% соответственно). При этом высокие негативные цифры не обязательно могут быть совокупным показателем непатриотических настроений в обществе, поскольку объективная любовь к Родине представляет умение видеть не только её достоинства, но и недостатки [2], представляя собой

---

<sup>1</sup> Опрос проведен 4 марта 2024 г. методом телефонного интервью по стратифицированной случайной выборке, извлечённой из полного списка сотовых телефонных номеров, задействованных на территории РФ; N=1600 в возрасте от 18 лет. См: О современном российском патриотизме // ВЦИОМ: сайт. 29 марта 2024 г. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/o-sovremennom-rossiiskom-patriotizme> (дата обращения: 27.07.2024).

содержание «преобразовательного» (в терминах И. А. Халий) [3], «конструктивного» (в терминах авторского коллектива: Р. Т. Шатц, Е. Стауб, Х. Левин) [4], «гражданского» (в терминах И. М. Кузнецова) [5] патриотизма.

Таблица 1

*Чувства, выражающие личное отношение к современной России, %*

| Главное чувство, выражающее личное отношение к современной России | 2015 г. <sup>1</sup> [1, с. 305] | 2020 г. <sup>2</sup> [2] |
|---|----------------------------------|--------------------------|
| Любовь  | 17                               | 10,5                     |
| Гордость  | 24                               | 16,4                     |
| Уважение  | 26                               | 28                       |
| Равнодушие  | 5                                | 8,9                      |
| Обида/стыд  | 7                                | 15,4                     |
| Возмущение  | 6                                | 12,5                     |
| Затруднились ответить   | 15                               | 8,4                      |
| Возмущение  | 6                                | 13                       |
| Затруднились ответить   | 15                               | 8                        |

Безусловно, в данном конкретном случае мы не можем привести весь спектр причин такого комплексного снижения позитивного восприятия своей страны респондентами указанных исследований, поскольку не располагаем всем массивом данных, кроме того, мы не ставим перед собой такую задачу. На данном этапе мы лишь хотим акцентировать внимание на том, что при общем, казалось бы, высоком уровне патриотизма, зафиксированном в приведённом ранее исследовании ВЦИОМ, при детализированном изучении состояния патриотизма в российском обществе обращает на себя внимание в целом не самый позитивный эмоциональный настрой у большинства респондентов в отношении своей страны, совокупно определяющийся оценками двух групп индикаторов эмоционального отношения, но ещё не отражающих полного содержания понятия патриотизма.

Этот факт подчёркивает необходимость уточнения понятия патриотизма как в части его содержания, так и в части измерения уровня патриотизма в отдельных возрастных группах. В первую очередь, в группе студенческой молодёжи, представляющей собой потенциальный базис социально-экономического роста и развития нашей страны, с одной стороны, и социально-демографическую

<sup>1</sup> Исследование ИС РАН. См.: Горшков М. К. Российское общество как оно есть: (опыт социологической диагностики). В 2 т. Т. 1 / М. К. Горшков ; изд. 2-е, перераб. и доп. М. : Новый хронограф, 2016. 416 с.

<sup>2</sup> Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS-HSE), проводимый Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» и ООО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел-Хилле и Института социологии ФНИСЦ РАН.

группу с ещё не устоявшимися ценностями, а потому подверженную как позитивному, так и негативному воздействию различных агентов влияния, с другой стороны.

Несмотря на безусловную актуальность запроса на определение уровня патриотизма в молодёжной среде, исследований, посвящённых данному вопросу, недостаточно, чтобы дать однозначный ответ на вопрос о реальном уровне патриотизма и определяющих его факторах.

Так, согласно результатам эмпирического исследования студенческой молодёжи московских вузов, проведённого в мае 2017 г. группой сотрудников социологического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова под руководством Н. Г. Осиповой и С. О. Елишева, «к патриотизму положительно относится» 84,2% респондентов, «отрицательно» – 5,4%; «затруднились с ответом» – 10,4% [6, с. 120–121]. Однако, интерпретируя представленные результаты, можно допустить, что респондент, выражая своё мнение по поводу патриотизма как социального феномена, не обязательно рассматривал его применительно к себе и не предполагал этим ответом утверждение, что он сам является патриотом. Кроме того, такие цифры отнюдь не говорят и о том, что, относясь положительно к патриотизму как к социальному явлению, респонденты считают себя патриотами, при этом понимая под патриотизмом что-то своё.

Результаты более детализированного анализа итогов исследования ВЦИОМ<sup>1</sup>, приведённого в начале данной статьи, также говорят о необходимости подробного изучения факторов, влияющих на уровень патриотизма в разных возрастных группах, в первую очередь, в молодёжной среде. Мы воспользовались массивом данных, выложенным в открытом доступе на странице исследования, и построили диаграмму на основе таблицы сопряжённости, включающей ответы на вопрос «Как бы Вы сами себя охарактеризовали – как патриота своей страны или нет?», и возраста, который мы самостоятельно сгруппировали, выделив в социально-демографической группе молодёжи (14–35 лет) две возрастные подгруппы по принципу возраста интеграции в образовательный процесс: 18–24 года<sup>2</sup> – чаще всего обучающиеся ССУЗов или ВУЗов; 25–35 лет – молодёжь, завершившая полный цикл обучения по профессии и полноценно вышедшая на рынок труда.

На рисунке 1 показано, что представители более молодых групп отличаются менее высоким уровнем патриотизма, чем представители взрослых групп. Так, «безусловных патриотов» меньше всего в самой молодой группе (44,7%), немногим больше их во второй «молодой группе» – 51,1%; в то же время среди представителей взрослой, предпенсионной и пенсионной групп доля

---

<sup>1</sup> Опрос проведён 4 марта 2024 г. методом телефонного интервью по стратифицированной случайной выборке, извлечённой из полного списка сотовых телефонных номеров, задействованных на территории РФ; N=1600 в возрасте от 18 лет. См.: О современном российском патриотизме // ВЦИОМ: сайт. 29 марта 2024 г. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/o-sovremennom-rossiiskom-patriotizme> (дата обращения: 27.07.2024).

<sup>2</sup> Обратим внимание, что опрос ВЦИОМ не охватывает респондентов моложе 18 лет.

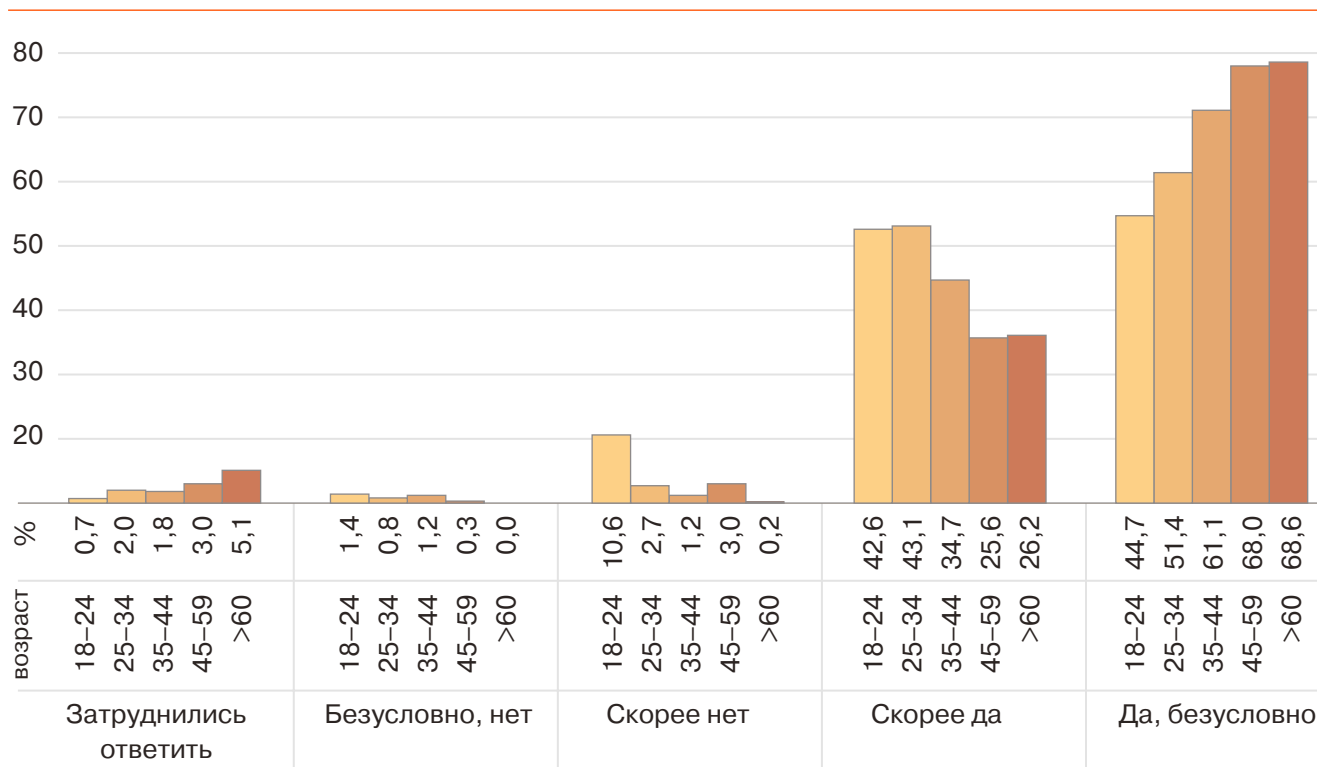


Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как бы Вы сами себя охарактеризовали – как патриота своей страны или нет?» по возрастным группам, %<sup>1</sup>

«безусловных» патриотов значительно больше (61,1; 68 и 68,6% соответственно). Исходя из такого распределения «безусловных патриотов» в разных возрастных группах, не вызывает удивления то, что «скорее патриотов» больше в молодых группах (42,6 и 43,1% соответственно), чем во взрослых (34,7; 25,6 и 26,2% соответственно).

Таким образом, можно говорить о том, что самая молодая группа респондентов находится в зоне «патриотического риска»; именно в этой группе находится наибольшее количество респондентов, демонстрирующих тенденцию к непатриотическому самовосприятию: 10,6% респондентов в возрасте 18–24 года считают себя скорее «не патриотами» против 1,73%, в среднем респондентов остальных групп, настроенных скорее не патриотически. Данный факт представляет для нас большой как научный, так и административно-инструментальный интерес, поскольку возникает необходимость выявления и более подробного описания характеристик группы молодёжи, не отличающейся высоким уровнем патриотизма, и разработки организационных мер его разумной корректировки.

<sup>1</sup> Опрос проведён 4 марта 2024 г. методом телефонного интервью по стратифицированной случайной выборке, извлечённой из полного списка сотовых телефонных номеров, задействованных на территории РФ; N=1600 в возрасте от 18 лет. См.: О современном российском патриотизме // ВЦИОМ: сайт. 29 марта 2024 г. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/o-sovremennom-rossiiskom-patriotizme> (дата обращения: 27.07.2024)

В этой связи целью данной статьи является определение содержания понятия патриотизма как ценности – создание методологической основы для социологической диагностики состояния патриотизма в среде студенческой молодёжи с последующим выявлением и описанием типологических групп, характеризующих отношение респондентов к индикаторам определения уровня патриотизма как ценности.

### **Патриотизм как ценность: операционализация понятия**

Патриотизм, будучи сложным и многогранным социальным феноменом, многие столетия является предметом размышления широкого круга лиц, включая и учёных, и политиков, и деятелей культуры, и, безусловно, простых обывателей. Несмотря на то, что в традиционном понимании патриотизм чаще всего включает в себя любовь к своей стране, её культуре, истории, ценностям, в научной литературе встречаем разные подходы и к функциональному, и к содержательному описанию данного понятия, определяющие, соответственно, и сущностные термины, стоящие в основе формулировок. Так, например, согласно большинству отечественных словарей, патриотизм есть некая положительная эмоция, чувство – преданность и любовь к Родине<sup>1</sup>; в Федеральном проекте «Патриотическое воспитание», реализуемом в рамках национального проекта «Образование»<sup>2</sup>, патриотизм описывается как «благоприобретённое качество», которое, отражая воспитательный характер, «является предметом передачи... и представляет собой важнейшую составную часть мировоззрения личности». Однако в нашем представлении патриотизм представляет собой не просто положительную эмоцию или передаваемое качество, а формируемую социальную ценность.

Когда мы говорим о патриотизме не просто как о некой позитивной эмоции или социальном явлении, а как о ценности, то предполагаем, что он представляет собой, в некотором роде, идеал, за которым стоит коллективное, социальное начало (Э. Дюркгейм [7, с. 300]); такую совокупность принципов, которая выступает регулятором действий и реализуется через принятие обязательств в рамках системы желаемого типа (Т. Парсонс [8]); реально существующее благо, являющееся продуктом исторического развития культуры (Г. Риккерт [9]).

Содержание понятия патриотизма, как и ценности, не является статичным; нельзя сказать, что оно не оформилось в научном плане, однако на протяжении

---

<sup>1</sup> См., например: Патриотизм. Толковый словарь Ожегова. URL: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=20061> (дата обращения: 14.07.2024); Патриотизм. Большая советская энциклопедия. URL: <https://gufo.me/dict/bse/Патриотизм> (дата обращения: 14.07.2024); Патриотизм. Советская историческая энциклопедия. URL: [https://gufo.me/dict/history\\_encyclopedia/ПАТРИОТИЗМ](https://gufo.me/dict/history_encyclopedia/ПАТРИОТИЗМ) (дата обращения: 14.07.2024).

<sup>2</sup> Федеральный проект «Патриотическое воспитание» // Минпросвещения России : сайт. <https://edu.gov.ru/national-project/projects/patriot/> (дата обращения: 14.07.2024).

каждой эпохи оно корректировалось под влиянием постоянно изменяющейся социальной реальности, что представляет для нас большой интерес. Поэтому позволим себе в ходе проработки данного понятия опираться не только на научные исследования, но и на представления лидеров мнений своего времени, чтобы иметь более широкую картину описания патриотизма как социальной ценности, как «некой устойчивой во времени, общественно-значимой универсалии, которая: определяет отношение человека к социальной реальности; характеризует потенциальную готовность следования этим универсалиям; включает совокупность действий, отражающих следование этим универсалиям; выступает индивидуальным или групповым ориентиром социальной деятельности, одновременно побуждая к ней и являясь её социальным регулятором» [10].

Так, например, в статье Л. Н. Толстого «Патриотизм и правительство» (1900 г.) встречаем суждение о том, что «настоящий, хороший патриотизм состоит в том, чтобы желать своему народу или государству настоящих благ, таких, которые не нарушают благ других народов»<sup>1</sup>. Однако далее Лев Николаевич говорит о вредности патриотизма как инструмента манипулирования сознанием граждан и способствующего развязыванию военных действий, считая, что «патриотизм, как чувство, есть чувство дурное и вредное; как учение же – учение глупое, так как ясно, что если каждый народ и государство будут считать себя наилучшими из народов и государств, то все они будут находиться в грубом и вредном заблуждении»<sup>2</sup>. Лев Николаевич, как участник Крымской войны, глубоко переживал необходимость участия в войнах людей, изначально оторванных от политики, в первую очередь крестьян, чья основная задача состояла в работе на земле, что составляло, на взгляд Л. Н. Толстого, их призвание. Поэтому такое понимание содержания патриотизма обосновано рядом войн, в которые последовательно была включена Российская империя, и которые, как мы помним, не имели ключевой целью защиту своей страны, а отвечали узким, зачастую эгоистическим задачам политиков («маленькая победоносная война»). Безусловно, в такой коннотации понятие патриотизма действительно вызывает не самые позитивные эмоции и в какой-то мере содержательно перекликается даже с понятием национализма.

Весьма похожую позицию встречаем у коллег из Университета Стоуни-Брук (Stony Brook University), которые видят в патриотизме «форму коллективной идентичности, в которой кто-то продвигает потребности и/или желания нации за счёт индивидуальных эгоистических интересов», что предполагает неотделимость патриотизма от коллективных интересов страны и тех политических процессов, которые с неизбежностью вовлекают индивида в реализацию своих решений, исходя из «наилучших интересов нации» [11]. Из контекста статьи видим, что данная позиция учёных опять связана с войной: «Если способность правительства США вести войну в Ираке не является достаточным

<sup>1</sup> Толстой Л. Н. Патриотизм и правительство // Неправда русской власти. «Ныне ваше время и власть тьмы». М. : Родина, 2023. С. 38.

<sup>2</sup> Там же.

доказательством продолжающейся жизнеспособности патриотизма как коллективной идентичности, продолжающаяся катастрофа на Балканах, напряжённость между Пакистаном и Индией и, по-видимому, бесконечное количество международных горячих точек свидетельствуют о его огромной привлекательности». В итоге авторы делают вывод о том, что залогом обеспечения цивилизованной и мирной организации мироустройства является «необходимость усиления сил антипатриотизма».

Подчёркнуто противоположную точку зрения можно увидеть в Докладе И. В. Сталина на торжественном заседании Московского Совета депутатов трудящихся с партийными и общественными организациями г. Москвы 6 ноября 1944 г., где в том числе говорится о роли «горячего и животворного советского патриотизма» в победе над фашистскими захватчиками в Великой Отечественной войне. В Докладе подчёркивалось, что сила советского патриотизма в том, что «он имеет своей основой не расовые или националистические предрассудки, а глубокую преданность и верность народа своей Советской Родине»<sup>1</sup>, а также межнациональное единство, обладающее сплачивающей силой всех наций и народностей страны. Из данного контекста очевидно, что следование ценности патриотизма является одним из ключевых факторов усиления и сплачивания российского общества перед общим врагом. Здесь мы видим, что в следовании ценности патриотизма проявляется её функция объединения, обеспечения межнационального единства, которое сегодня, наряду с патриотизмом, определено как традиционная российская духовно-нравственная ценность<sup>2</sup>. Очевидно, что, проявляясь одновременно, такие ценности усиливают друг друга, поэтому одной из исследовательских задач эмпирической части нашего исследования является определение ценностей, родственных патриотизму с целью его дополнительного усиления.

В КНР такие ценности приняты на XVIII съезде коммунистической партии Китая. Возможно, в силу преемственности социалистической идеологии, патриотизм, наряду с преданностью делу, честностью и добротой, является одной из социалистических ценностей КНР. Коллеги из Пекинского университета отмечают, что патриотизм является «духовной опорой, руководством к действию, нормой поведения для налаживания отношений между человеком и страной» [12, с. 165], следование которой с неизбежностью приведёт к достижению «китайской мечты о реализации духовной силы». В данной формулировке с очевидностью прослеживается ценностный подход к определению понятия патриотизма.

---

<sup>1</sup> Сталин И. В. Сочинения. Т. 15. М. : Издательство «Писатель», 1997. С. 192–203; С. 197–198. URL: [https://c21ch.newcastle.edu.au/stalin/t15/t15\\_50.htm](https://c21ch.newcastle.edu.au/stalin/t15/t15_50.htm) (дата обращения: 14.07.2024).

<sup>2</sup> См.: Указ Президента Российской Федерации от 9 ноября 2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» // Президент России : сайт. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502> (дата обращения: 10.12.2024).



Необходимо отметить, что, несмотря на достаточно однозначные и где-то даже радикальные подходы к организации социального пространства, сложившиеся в ходе эволюции китайского общества на фоне несколько неоднозначных исторических событий XX века, китайские коллеги отмечают, что отсутствие у человека гражданства не является основным критерием, по которому можно определить человека как не патриота. Так, китайские коллеги считают, что «до тех пор, пока человек заботится и любит народ своей родины, заботится о развитии страны, у него благодарное сердце к стране и патриотические амбиции, даже если он сменил национальность, он всё ещё остаётся патриотом, мы не можем отрицать его чувства патриотизма» [12, с. 164]. Заметим, что такое описание социального портрета патриота очень близко характеризует целый ряд русских эмигрантов, которые идеологически не смогли принять смену политического курса нашей страны в начале XX в., но до последних дней своей жизни оставались настоящими патриотами своей страны. Так, например, широко известны благотворительные жесты перечисления средств великим русским композитором и пианистом Сергеем Рахманиновым от своих концертов в годы Великой Отечественной войны в фонд Красной армии и в Фонд обороны.

В то же время современное российское общественное мнение расходится в своём отношении к признакам патриотизма с мнением китайских коллег. Так, согласно результатам опроса, проведённого ВЦИОМ<sup>1</sup> в 2020 году и посвящённого изучению патриотических настроений россиян (см. табл. 2), более половины респондентов (64%) считают, что не может быть патриотом человек, который хочет переехать в другую страну; при этом почти в равных долях распределились мнения респондентов относительно причисления или не причисления к патриотам тех граждан, которые имеют второе гражданство (50% – не патриот, 42% – патриот); работают в некоммерческой организации – «иностранным агенте» (47% – не патриот, 40% – патриот); отказываются от участия в выборах (по 46% «за» и «против» причисления к патриотам).

Ключевым признаком того, что человек является патриотом, согласно мнению абсолютного большинства респондентов, является его любовь к России (85%), соотносимая с патриотизмом, пожалуй, во всех ключевых словарях, поэтому не вызывает большого удивления. Показательным является то, что на втором месте в своеобразном рейтинге признаков патриотизма стоит не такой наглядный признак, который, казалось бы, отделяет гражданина от страны и может стать индикатором его неустойчиво патриотической позиции, как, например, упомянутая нами перспектива отъезда в другую страну или незнание государственной символики России (59%), наличие счёта за рубежом (57%),

<sup>1</sup> Опрос проведён 20 февраля 2020 г. методом телефонного интервью по стратифицированной случайной выборке, извлечённой из полного списка сотовых телефонных номеров, задействованных на территории РФ; N=1 600 в возрасте от 18 лет. См.: Россияне объяснили, как они понимают патриотизм // ВЦИОМ: сайт. 20 февраля 2020 г. <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiyane-obyasnili-kak-oni-ponimayut-patriotizm> (дата обращения: 14.07.2024)

Таблица 2

*Распределение ответов на вопрос: «Как Вы думаете, может или не может быть патриотом человек, который...» (закрытый вопрос, один ответ), %*

| Характеристики чувств, поступков, намерений                             | Не может быть патриотом | Может быть патриотом | Затруднились ответить | Всего |
|---|-------------------------|----------------------|-----------------------|-------|
| Не чувствует любовь к России  | 85                      | 10                   | 5                     | 100   |
| Даёт или берёт взятки   | 80                      | 14                   | 6                     | 100   |
| Уклоняется от службы в армии  | 65                      | 29                   | 6                     | 100   |
| Уклоняется от уплаты налогов  | 64                      | 29                   | 7                     | 100   |
| Хочет переехать в другую страну   | 64                      | 29                   | 7                     | 100   |
| Не знает государственной символики России                               | 59                      | 35                   | 6                     | 100   |
| Имеет счета за рубежом  | 57                      | 35                   | 8                     | 100   |
| Имеет второе гражданство  | 50                      | 42                   | 8                     | 100   |
| Работает в некоммерческой организации – «иностранном агенте»            | 47                      | 40                   | 13                    | 100   |
| Отказывается от участия в выборах                                       | 46                      | 46                   | 8                     | 100   |
| Публично высказывает мнение, не совпадающее с точкой зрения государства | 23                      | 68                   | 9                     | 100   |
| Работает в иностранной фирме  | 23                      | 69                   | 8                     | 100   |
| Хочет вступить в брак с иностранцем                                     | 19                      | 72                   | 9                     | 100   |

наличие второго гражданства (50%). Заметно больше респондентов с непатриотическим поведением связывают действия, наносящие прямой или косвенный урон, вред своей стране: взяточничество (80%), уклонение от службы в армии (65%) и налогов (64%).

При первом рассмотрении результатов, представленных в таблице 2, можно сказать, что в основе разделения характеристик на группы лежит фактор вредности конкретных действий для страны. Заметим, что, если человек хочет вступить в брак с иностранцем, он вполне может быть патриотом по мнению 72% респондентов, поскольку создание семьи есть личное дело каждого, что не скажется негативно на благополучии страны (возможно, за редким исключением); более того, даже публичное высказывание мнения, не совпадающего с точкой зрения государства, по мнению большинства респондентов (68%), не является основным признаком не патриотизма. Таким образом, ключевым признаком проявления патриотичности является принцип «не навреди своей стране», а также «люби свою страну», обеспечивая её благоденствие и социально-экономическую стабильность.

Таким образом, содержание понятия патриотизма как ценности необходимо раскрывать исходя из того, что патриотизм, как и ценность в классическом понимании, являет собой «глубоко укоренившиеся убеждения, которые направляют людей к миру, в котором они живут» [13, р. 222–230]; это «социальные образцы», окружающие человека с первых до его последних дней, «некоторое «социальное поле», которое определяет его поступки, деятельность, отношение к миру» [14, с. 7], не завися «в глазах членов общества от индивидуальных желаний каждого из них» (курсив – автора, André Corten) [15, р. 18]; такие поступки могут проявляться в особой привязанности к своей стране, в самоидентификации со страной, в готовности жертвовать собой и своими интересами ради блага страны, а также в особой заботе о благополучии страны [16, р. 34–35].

Исходя из проведённого анализа научных источников, которые с разных сторон характеризуют патриотизм, можно сформулировать ценностные функции патриотизма, являющиеся и его индикаторами:

– *сплочение общества*: патриотизм способствует созданию чувства общности и единства среди граждан страны, помогая преодолевать национальные различия и конфликты, объединяя людей вокруг общих ценностей и целей;

– *укрепление национальной идентичности*: патриотизм формирует чувство принадлежности к нации, укрепляет её идентичность и историческую память, помогая людям понимать свою роль в обществе и чувствовать себя частью чего-то большего;

– *защита от внешних угроз*: патриотизм может объединить нацию перед лицом внешней угрозы и способствовать её защите, позволяя мобилизовать ресурсы и силы нации для отпора врагам;

– *укрепление государственности*: патриотизм помогает укреплять государство, создавая условия для его стабильности и процветания, стимулируя граждан уважать и соблюдать законы и традиции страны;

– *мотивация к общественной деятельности*: патриотизм может быть мощным стимулом для людей активно участвовать в общественной жизни, вносить свой вклад в развитие страны и решать общественные проблемы.

Отсюда патриотизм как социальная ценность видится нам как проявляющаяся в любви к своей Родине, устойчивая во времени, общественно-значимая универсалия, следование которой обеспечивает укрепление национальной идентичности и государственности, мотивацию к общественной деятельности, сплочение общества в т. ч. перед внешними угрозами.

## Эмпирическая база и методика исследования

Приведённое выше операциональное определение понятия патриотизма является одним из элементов методологии социологической диагностики ценностей, в основе которой лежит авторская эмпирическая модель анализа ценности [См.: 10; 17], включающая оценку четырёх групп индикаторов каждой изучаемой ценности:

- оценку *идеального ценностного отношения* к социальной реальности в рамках каждой изучаемой ценности;
- оценку *значимости* каждого индикатора, входящего в описание конкретной ценности;
- оценку *готовности* к совершению действий, отвечающих каждой изучаемой ценности;
- оценку отражения следования ценности в конкретных действиях и поступках (*действие*).

Перечень изучаемых ценностей был сформирован на основе сопоставления традиционных российских духовно-нравственных ценностей<sup>1</sup>, а также ценностей, которые, согласно методическим рекомендациям, разработанным на базе Министерства науки и высшего образования РФ<sup>2</sup>, имеют стратегическое значение и должны лежать в основе реализации молодежной политики на уровне вуза.

Такой подход определил структуру и содержание социологического инструментария – анкеты, использованной в ходе опроса представителей студенческой молодежи, результаты которого составили эмпирическую базу для подготовки данной статьи. Анкета включала четыре блока ценностных суждений, характеризующих элементы каждой изучаемой ценности: блок суждений об идеальном отношении к ценности; блок – о «значимости» ценности; блок – о готовности следовать ценности; блок – о действии, совершаемом в соответствии с этой ценностью. Заметим, что каждый из индикаторов, предложенных в этой статье для изучения патриотизма как ценности, соответствует одному из сформулированных нами элементов оценки ценности.

В анкете согласие или несогласие с суждениями предлагалось оценить по девятибалльной шкале Лайкерта, которая была выбрана в связи с тем, что анализ полученных социологических данных предполагал использование в т. ч. методов многомерного статистического анализа – факторного и кластерного.

С целью апробации авторской методологии социологической диагностики ценностей с 17 мая по 1 июня 2023 г. автором было проведено социологическое онлайн-исследование «Традиционные и стратегические ценности студенческой молодежи»<sup>3</sup> среди студентов РАНХиГС очной формы обучения (N=4338) через их личные кабинеты; из которых 89% составляют обучающиеся по программам бакалавриата, 11% – обучающиеся по программам магистратуры, равномерно

<sup>1</sup> Исследование включало индикаторы диагностики ценностей, указанных в Указе Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».

<sup>2</sup> Методические рекомендации по разработке рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы образовательной организации высшего образования. URL: <https://minobrnauki.gov.ru/upload/2021/04/Методические%20рекомендации%20по%20разработке%20рабочей%20программы%20воспитания%20и%20к....pdf> (дата обращения: 07.07.2024).

<sup>3</sup> Газиева И. А. «Традиционные и стратегические ценности студенческой молодежи» Свидетельство о регистрации базы данных RU 2023624330, 01.12.2023. Заявка от 15.11.2023

распределённые по курсам обучения; 64,5% – девушек, 35,5% – юношей – пропорционально составу обучающихся в РАНХиГС по полу.

Кроме того, структура выборки включает распределение респондентов по месту обучения: студенты региональной сети РАНХиГС (59,4%) и студенты Московского кампуса (40,1%). Безусловно, данная выборка не репрезентирует всю студенческую молодёжь России и характеризует лишь студентов одного конкретного вуза, однако отражает его региональную специфику, поскольку была составлена пропорционально количеству студентов РАНХиГС, обучающихся в филиалах конкретных регионов. Распределение респондентов по Федеральным округам можно увидеть в таблице 3.

Таблица 3

## Региональная структура выборки, %

| Федеральные округа                  | %     |
|-------------------------------------|-------|
| Центральный федеральный округ       | 15,2  |
| Северо-Западный федеральный округ   | 13,6  |
| Приволжский федеральный округ       | 8,1   |
| Южный федеральный округ             | 9     |
| Сибирский федеральный округ         | 6     |
| Уральский федеральный округ         | 3,5   |
| Северо-Кавказский федеральный округ | 2,2   |
| Дальневосточный федеральный округ   | 1,8   |
| Итого: филиалы                      | 59,4  |
| г. Москва                           | 40,1  |
| Всего                               | 100,0 |

С целью определения надёжности шкалы оценки индикаторов ценностей выполнено её расщепление с помощью пакета IBM SPSS Statistics. Как видим из таблицы 4, коэффициенты Спирмена-Брауна и Гуттмана равны 0,938 и 0,938 соответственно, что говорит о том, что предложенная шкала обладает отличной статистической надёжностью. Дополнительно был проведён расчёт статистики Альфа Кронбаха для каждой половины опросника: надёжность обеих частей оказалась очень хорошей ( $\alpha=0,966$  и  $\alpha=0,967$  соответственно).

Далее с целью определения латентных взаимосвязей между индикаторами изучаемых нами ценностей, а также выявления характеризующих ими типологий был проведён многомерный статистический анализ массива данных социологического исследования: факторный и кластерный, – благодаря чему выделилось 16 факторов; совокупная объяснённая дисперсия составляет 67,4 (см. табл. 5).

В рамках последующих исследований количество компонент было сокращено с целью выделения меньшего количества наиболее значимых факторов [10].

Таблица 4

*Оценка надёжности шкалы при расщеплении*

|  |                |                   |                 |
|--|----------------|-------------------|-----------------|
| Альфа Кронбаха                               | Часть 1        | Значение          | 0,966           |
|  |                | N элементов       | 66 <sup>a</sup> |
|  | Часть 2        | Значение          | 0,967           |
|  |                | N элементов       | 65 <sup>b</sup> |
|  |                | Общее N элементов | 131             |
| Корреляция между формами                     |                |                   | 0,884           |
| Коэффициент Спирмена-Брауна                  | Равная длина   |                   | 0,938           |
|  | Неравная длина |                   | 0,938           |
| Коэффициент половинного расщепления Гуттмана |                |                   | 0,938           |

<sup>a</sup> Вопросы: с 1 по 66 (суждения по первой и второй группе индикаторов анализа ценностей)

<sup>b</sup> Вопросы: с 67 по 131 (суждения по третьей и четвертой группе индикаторов анализа ценностей)

Таблица 5

*Объяснённая совокупная дисперсия*

| Компонент | Ротация суммы квадратов нагрузок |             |                |
|-----------|----------------------------------|-------------|----------------|
|           | Всего                            | % дисперсии | Кумулятивный % |
| 1         | 29,4                             | 22,5        | 22,5           |
| 2         | 16,5                             | 12,6        | 35,0           |
| 3         | 5,2                              | 4,0         | 39,0           |
| 4         | 4,6                              | 3,5         | 42,5           |
| 5         | 4,5                              | 3,4         | 46,0           |
| 6         | 4,2                              | 3,2         | 49,2           |
| 7         | 3,5                              | 2,7         | 51,9           |
| 8         | 3,4                              | 2,6         | 54,5           |
| 9         | 3,3                              | 2,5         | 57,0           |
| 10        | 2,7                              | 2,1         | 59,0           |
| 11        | 2,6                              | 2,0         | 61,0           |
| 12        | 2,1                              | 1,6         | 62,6           |
| 13        | 1,7                              | 1,3         | 63,9           |
| 14        | 1,7                              | 1,3         | 65,2           |
| 15        | 1,6                              | 1,2         | 66,5           |
| 16        | 1,3                              | 1,0         | 67,4           |

Однако в данной статье мы представляем факторную модель в первоначальном виде, поскольку именно в таком варианте выделился фактор патриотизма (компонент 2 – таблица 5), включающий индикаторы, отражающие характеристики сформулированного нами ранее операционального понятия.

### Социологическая диагностика восприятия ценности патриотизма в среде студенческой молодёжи

В ходе подготовки данной статьи для нас было важно выявить типологические группы респондентов на основе взаимосвязей, установленных между ценностными суждениями, характеризующими ценность патриотизма, поэтому остановимся на анализе лишь фактора, объединяющего в себе сформулированные нами ранее индикаторы именно этой ценности (см. табл. 6).

Таблица 6

#### Содержание фактора ценности патриотизма

| Индикаторы ценности патриотизма       | Смысловая нагрузка суждения, составляющего содержание фактора                 | Факторные веса |
|---------------------------------------|---|----------------|
| Укрепление национальной идентичности  | Готовность соблюдать традиции и обычаи своей страны                           | 0,881          |
| Любовь к Родине                       | Нравится быть гражданином своей страны  | 0,877          |
| Любовь к Родине                       | Важность быть патриотом, любить свою Родину                                   | 0,873          |
| Любовь к Родине                       | Любой гражданин должен любить свою страну                                     | 0,827          |
| Укрепление государственности          | Готовность соблюдать законы своей страны                                      | 0,731          |
| Сплочение общества                    | Важность иметь возможность трудиться на благо общества, созидать что-то новое | 0,645          |
| Защита от внешних угроз               | Важность нести ответственность за судьбу своей страны и её народа             | 0,614          |
| Мотивация к общественной деятельности | Сделать всё, чтобы Россия была комфортным домом для её народа                 | 0,578          |

На рисунке 2 наглядно представлено, что в зоне положительных значений фактора патриотизма находится 46,3% респондентов (кластер 4). Это говорит о том, что почти половина студентов полностью согласна с суждениями, составляющими содержание фактора, а значит – совокупно описывающими содержание понятия ценности патриотизма. Эти студенты и сами любят свою страну, и считают, что её должны любить все; они не только готовы соблюдать законы и традиции своей страны, но и делают всё, чтобы она стала комфортным домом для её народа. В то же время каждый четвёртый респондент (25,3% – кластер 5) придерживается нейтральной позиции в отношении утверждений, составляющих содержание фактора патриотизма, не высказывая ни однозначного согласия с ними, ни однозначного несогласия.

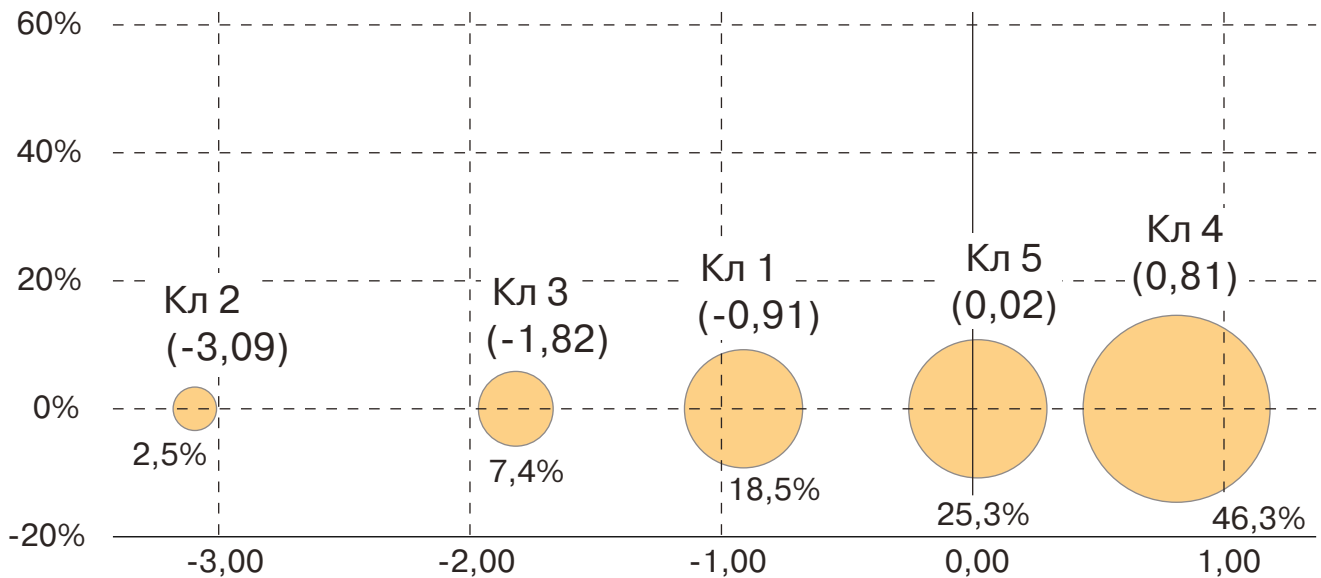


Рис. 2. Графическое отображение распределения массива данных по фактору ценности патриотизма

Однако ещё более важным для нас показателем является то, что в зоне отрицательных значений фактора, а значит, полностью или скорее не согласных с суждениями, входящими в его содержание, находится 28,4% респондентов (кластеры: 2, 3, 1). Факт того, что более половины респондентов придерживается либо нейтрального, либо отрицательного мнения относительно содержания фактора ценности патриотизма, говорит о необходимости более детального исследования этих типологических групп, поскольку их социальная и гражданская позиция сейчас и в перспективе вызывает некоторые опасения.

Для того, чтобы выявить дополнительные характеристики для всех типологических групп, в первую очередь, для групп, находящихся в зоне отрицательных значений фактора патриотизма, были построены таблицы сопряжённости, позволяющие наглядно увидеть распределение мнений респондентов разных групп с суждениями, характеризующими разные ценности, перечисленные в Указе Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей», а также в «Методических рекомендациях по разработке рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы образовательной организации высшего образования», разработанных Министерством науки и высшего образования РФ<sup>1</sup>. В силу того, что в данных документах ценностей немало, мы отобрали по 10 ценностных суждений с наибольшей и наименьшей разницей между

<sup>1</sup> Методические рекомендации по разработке рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы образовательной организации высшего образования. URL: <https://minobrnauki.gov.ru/upload/2021/04/Методические%20рекомендации%20по%20разработке%20рабочей%20программы%20воспитания%20и%20к....pdf> (дата обращения: 07.07.2024).



долями согласий респондентов типологической группы, находящихся в зоне положительных значений фактора (кластер 4), и согласиями респондентов, находящихся в типологической группе с наименьшими отрицательными координатами (кластер 1). Такой подход обоснован тем, что для нас наиболее интересными являются социальные признаки, принципиально отличающие респондентов, настроенных непатриотично, от явно выраженных патриотов, и признаки, являющиеся наиболее близкими для представителей обеих типологических групп. Так, в таблице 7 представлены топ-10 ценностных суждений с наибольшей разницей в их оценках; в таблице 8 представлены топ-10 ценностных суждений с наименьшей разницей в их оценках.

Для простоты анализа линейных распределений и наглядности представления его результатов изначально использованная в ходе опроса девятибалльная шкала была преобразована в программе SPSS Statistics в трёхбалльную посредством перекодировки, где значение шкалы в диапазоне 1–3 балла соответствуют 1 баллу, 4–6 соответствуют 2 баллам, 7–9 соответствуют 3 баллам. Далее построенные таблицы сопряжённости были оптимизированы и преобразованы в таблицы 7 и 8 следующим образом: в строки внесены лишь доли респондентов, полностью согласных с суждениями (7–9 баллов).

Как видно из таблицы 7, ключевым признаком, наиболее заметно отличающим представителей «положительной группы» от представителей «отрицательной группы», является их отношение к суждениям, характеризующим, в первую очередь, ценность патриотизма, составляющим содержание данного фактора. Так, утверждают, что им важно нести ответственность за судьбу своей страны и её народа 97,1% представителей «положительной группы» и лишь 16,9% представителей «отрицательной группы»; высоко оценили важность быть патриотом и любить свою Родину 98,8 и 20,3% респондентов двух групп соответственно; считают, что любой гражданин должен любить свою страну 91,9 и 17% респондентов соответственно; готовы соблюдать традиции и обычаи своей страны 98,7 и 27,5% респондентов соответственно.

Заметим, что в обеих преобразованных таблицах (7 и 8), а также в таблице 10 вычисленная значимость  $\alpha=0,000$  при высоких значениях  $\chi^2$  подтверждает значимость статистических различий в оценках ценностных индикаторов представителями разных типологических групп.

Необходимо отметить, что распределение центров кластеров в таблице 7 говорит о том, что полученная порядковая шкала по фактору ценности патриотизма обладает хорошей различающей способностью; ответы респондентов разных типологических групп распределились в чёткой зависимости от координат центров кластеров: чем меньше координата, тем ниже степень согласия респондентов с параметрами фактора, и наоборот, чем больше координата, тем выше степень согласия. Надо сказать, что такая зависимость характерна и для других ценностных суждений, не вошедших в содержание фактора ценности патриотизма.

Так, например, видим, что представители «положительной типологической группы» заметно выше оценивают некоторые суждения, характеризующие

Таблица 7

*Распределение респондентов разных типологических групп, согласных с ценностными суждениями (наибольшая разница в оценках представителей «положительных» и «отрицательных» типологических групп)*

| Суждения  | Номера, центры и объёмы кластеров |                     |                      |                     |                     | Всего по массиву, % | Разница: кл. 4/кл. 1, п. п. | $\chi^2^*$ |
|---|-----------------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------------------|------------|
|   | Кл2 (-3,09)<br>2,5%               | Кл3 (-1,82)<br>7,4% | Кл1 (-0,91)<br>18,5% | Кл5 (0,02)<br>25,3% | Кл4 (0,81)<br>46,3% |                     |                             |            |
| Важно нести ответственность за судьбу своей страны и её народа                      | 0,9                               | 5,3                 | 16,9                 | 61,6                | 97,1                | 64,1                | 80,2                        | 368,8      |
| Важно обеспечивать преемственность поколений  | 0                                 | 3,4                 | 18,1                 | 68,1                | 98,2                | 66,3                | 80,1                        | 398,0      |
| Готовность трудиться на благо своей страны и её народа                              | 0                                 | 8,4                 | 19,1                 | 77,1                | 98,0                | 69,1                | 78,9                        | 393,5      |
| Важно быть патриотом, любить свою Родину  | 0                                 | 2,5                 | 20,3                 | 68,6                | 98,8                | 67,0                | 78,5                        | 390,3      |
| Важно сохранять историческую память народа  | 0                                 | 8,8                 | 23,5                 | 80,2                | 99,3                | 71,3                | 75,8                        | 409,6      |
| Любой гражданин должен любить свою страну   | 0,9                               | 4,1                 | 17,0                 | 55,7                | 91,9                | 60,1                | 74,9                        | 309,7      |
| Важно видеть и чувствовать единство народов России                                  | 0,9                               | 14,4                | 23,4                 | 71,6                | 97,4                | 68,6                | 74,0                        | 338,5      |
| Готовность передавать память о важных исторических или культурных событиях в России | 0                                 | 10,6                | 27,4                 | 86,1                | 99,7                | 73,8                | 72,3                        | 403,0      |
| Готовность соблюдать традиции и обычаи своей страны                                 | 0                                 | 9,1                 | 27,5                 | 83,5                | 98,7                | 72,6                | 71,2                        | 393,9      |
| Внутри каждой семьи должна обеспечиваться преемственность поколений                 | 1,8                               | 7,8                 | 22,0                 | 59,4                | 92,9                | 62,7                | 70,9                        | 311,1      |

\* У всех суждений уровень значимости  $\alpha=0,000$

ценность преемственности поколений, которая, как можно увидеть из таблицы 7, чужда представителям всех типологических групп, находящихся в зоне отрицательных значений данного фактора: важность обеспечивать преемственность поколений отметили 98,2 и 18,1% респондентов «положительной» и «отрицательной группы» соответственно; согласны с тем, что внутри каждой семьи должна обеспечиваться преемственность поколений – 92,9 и 22,0% респондентов противоположных групп соответственно.

Ценность патриотизма, будучи весьма широким понятием, тесно связана с целым рядом других, скажем так, родственных ценностей. К ним относятся как раз те ценности, суждения о которых наряду с ценностными суждениями о патриотизме представлены в таблице 7. Помимо ценности преемственности поколений, приведённой ранее, к таким ценностям относятся: ценность созидательного труда (готовность трудиться на благо своей страны и её народа высоко оценили 98,0 и 19,1% двух групп соответственно); ценность исторической памяти (важность сохранять историческую память народа высоко оценили 99,3 и 23,5% респондентов соответственно); готовность передавать память о важных исторических или культурных событиях в России (высоко оценили 99,7 и 27,4% респондентов соответственно); ценность единства народов России (важность видеть и чувствовать единство народов России высоко оценили 97,4 и 23,4% респондентов соответственно).

Важно заметить, что больше половины суждений, указанных в таблице 7, не имеют ни одного положительного утверждения от респондентов, находящихся в самой малочисленной, но самой радикальной типологической группе с самыми большими отрицательными координатами (кластер 2), что говорит о ярко выраженном отторжении представителями этой типологической группы не только самой ценности патриотизма, но и родственных ей ценностей, что проявляется в наиболее явной демонстрации непатриотических настроений.

Что касается характеристик, которые являются наиболее близкими всем типологическим группам, то они относятся преимущественно к ценностям максимально «приземлённым», утилитарным. Дело в том, что в таблице 8, помимо нескольких традиционных российских ценностей (здоровья, справедливости и достоинства), представлены ценности, которые, в дополнение к ряду ценностей, представленных в Указе Президента РФ № 809, предложены Министерством науки и высшего образования РФ<sup>1</sup> и включают три группы ценностей: ценность развития и самореализации, ценность профессионального опыта и ценность самостоятельности. Остановимся на этих ценностях более подробно.

Так, наименьшая разница в оценках представителей «положительных» и «отрицательных» типологических групп (от 11,3 п. п до 14,4 п. п.) характеризует отношение к ценностям профессионального опыта и развития: лишь 11,3 процентных пунктов составляет разницу в оценках суждения о том, что труд человека должен оплачиваться по достоинству (97,9 и 86,6%, представители двух противоположных групп соответственно); 11,3 процентных пунктов – разница в оценках двух противоположных групп важности наличия высокого дохода (93,1 и 81,6% соответственно); важность карьерных перспектив для всех и для себя подчёркивает 96,0 и 98,4% представителей положительной группы

<sup>1</sup> Методические рекомендации по разработке рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы образовательной организации высшего образования. URL: <https://minobrнауки.gov.ru/upload/2021/04/Методические%20рекомендации%20по%20разработке%20рабочей%20программы%20воспитания%20и%20к....pdf> (дата обращения: 07.07.2024).

респондентов и 83,8 и 84,4% представителей противоположной группы респондентов соответственно. Помимо ценностей профессионального опыта и развития высоко в этой группе оценивается суждение, характеризующее ценность самостоятельности, разница в оценках которой составляет 12,4 процентных пункта.

На символическом втором месте по уровню схожести оценок находится одна из традиционных российских ценностей – ценность достоинства: 89,9 и 72,2% респондентов противоположных типологических групп полностью согласны с тем, что достоинство личности определяется индивидуальными качествами человека. Здесь же отметим ценность возможности профессиональной самореализации, разница в оценках которой представителями противоположных групп на 1 процентный пункт больше, чем ценности достоинства (18,7 п. п. и 17,7 п. п. соответственно).

К суждениям, характеризующим немногим меньше по сравнению с предыдущими ценностями единство в высоких оценках респондентов, относится ценность здоровья (согласны с тем, что каждый человек должен иметь крепкое здоровье 94,1 и 66,4% респондентов соответственно); ценность справедливости (согласны с тем, что качество жизни человека зависит от действий самого человека 84,9 и 57,3% соответственно).

Именно эти ценности разделяются почти одинаково представителями всех типологических групп, за исключением самой удалённой и самой малочисленной типологической группы (кластер 2).

Исходя из представленного анализа данных, можно говорить о том, что почти одинаково представителями противоположных типологических групп разделяются те ценности, которые определяют условия, влияющие на комфортность и успешность их индивидуального существования. Так, многие респонденты, независимо от уровня устойчивости своих патриотических ориентаций, хотят, в первую очередь, иметь перспективы карьерного роста и возможность профессиональной самореализации. Они считают, что человек должен получать удовлетворение от работы и иметь высокий доход – «по достоинству», быть максимально самостоятельным в принятии решений, иметь крепкое здоровье. Кроме того, по мнению респондентов очень многое зависит от самого человека, а не от каких-либо внешних обстоятельств (качество жизни индивида зависит от действий его самого; достоинство личности определяется её индивидуальными качествами).

В то же время большинство ценностей, которые являются родственными патриотизму, предсказуемо, не разделяются большинством респондентов, находящихся в зоне отрицательных значений фактора патриотизма. Так, для большинства представителей отрицательных типологических групп неважно обеспечивать преемственность поколений, сохранять историческую память народа, видеть и чувствовать единство народов России; кроме того, они не готовы трудиться на благо своей страны и её народа, а также передавать память о важных исторических или культурных событиях в России; они не считают, что внутри каждой семьи должна обеспечиваться преемственность поколений.

Таблица 8

Распределение респондентов разных типологических групп, согласных с ценностными суждениями (наименьшая разница в оценках представителей «положительных» и «отрицательных» типологических групп)

| Суждения   | Номера, центры и объёмы кластеров |                     |                      |                     |                     | Всего по массиву, % | Разница: кл.4/кл.1, п. п. | $\chi^2$ * |
|--|-----------------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------------|------------|
|  | Кл2 (-3,09)<br>2,5%               | Кл3 (-1,82)<br>7,4% | Кл1 (-0,91)<br>18,5% | Кл5 (0,02)<br>25,3% | Кл4 (0,81)<br>46,3% |                     |                           |            |
| Каждый человек должен иметь крепкое здоровье                               | 31,8                              | 63,3                | 66,4                 | 85,9                | 94,1                | 83,0                | 27,7                      | 125,3      |
| Качество жизни человека зависит от действий самого человека                | 28,2                              | 51,1                | 57,3                 | 73,5                | 84,9                | 72,9                | 27,6                      | 85,7       |
| Важно иметь возможность профессиональной самореализации                    | 44,5                              | 69,4                | 80,0                 | 93,8                | 98,7                | 89,3                | 18,7                      | 168,5      |
| Достоинство личности определяется индивидуальными качествами человека      | 40,0                              | 66,0                | 72,2                 | 80,2                | 89,9                | 80,5                | 17,7                      | 92,6       |
| Человек должен получать удовлетворение от работы                           | 44,5                              | 72,1                | 80,9                 | 89,2                | 95,3                | 87,2                | 14,4                      | 109,4      |
| Важно иметь перспективы карьерного роста                                   | 47,3                              | 68,0                | 84,4                 | 93,2                | 98,4                | 89,1                | 14                        | 173,5      |
| Каждый человек должен быть максимально самостоятельными в принятии решений | 45,5                              | 52,1                | 66,3                 | 68,4                | 78,7                | 69,4                | 12,4                      | 65,7       |
| Каждый человек должен иметь возможность подниматься по карьерной лестнице  | 46,4                              | 70,3                | 83,8                 | 90,4                | 96,0                | 87,7                | 12,2                      | 113,5      |
| Важно иметь высокий доход  | 48,2                              | 66,1                | 81,6                 | 89,9                | 93,1                | 85,3                | 11,5                      | 125,8      |
| Труд человека должен оплачиваться по достоинству                           | 54,5                              | 77,0                | 86,6                 | 93,8                | 97,9                | 91,0                | 11,3                      | 128,3      |

\* У всех суждений уровень значимости  $\alpha=0,000$

По сути своей, приведённые суждения характеризуют социогуманизм [18; 19], отсюда всех респондентов, положительно оценивающих проанализированные нами ценностные суждения, можно назвать «социальными гуманистами», а группу респондентов, оценивающих положительно «утилитарные» ценности и настроенных не патриотично, назовём «социальными индивидуалистами»; соответственно, группу, демонстрирующую нейтральные оценки, назовём «социально неопределившимися».

## Патриотизм в контексте традиционных российских ценностей

Одной из наших исследовательских задач является определение ценностей, родственных патриотизму, что составляет не только научный, но и организационно-инструментальный интерес. Дело в том, что на сегодняшний день в нашей стране предпринимается немало попыток по формированию и обеспечению устойчивости ценности патриотизма в молодёжной среде посредством реализации целого ряда программ и проектов разного уровня: от вузовских до федеральных. Однако, как мы смогли убедиться ранее, реальный уровень патриотизма в молодёжной среде далёк от желаемого декларируемого. Представляется, что в ходе разработки новых программ по повышению уровня патриотизма важно учитывать те ценности, которые являются родственными ему и в то же время принимаются большей частью молодёжи, включая социальных индивидуалистов и социально неопределившихся.

В предыдущем разделе мы уже описали несколько ценностей, родственных патриотизму. Однако по результатам факторного анализа невозможно выявить полный перечень этих ценностей, поскольку использование данного статистического метода решает иные задачи, поэтому обратимся к результатам корреляционного анализа.

Мы рассчитали корреляцию одного из ключевых суждений о ценности патриотизма («Для меня важно быть патриотом, любить свою Родину») со всеми оцениваемыми в рамках данного исследования ценностными суждениями. В результате корреляционного анализа по методу Ч. Спирмена выделились шесть ценностных суждений, которые максимально коррелируют с ценностным суждением о патриотизме (см. табл. 9);  $p$ -уровень значимости корреляции всех суждений одинаков:  $p < 0,001$ .

Согласно полученным результатам корреляционного анализа, респонденты связывают со значением ценности патриотизма больше всего суждение, характеризующее ценность служения Отечеству и ответственности за его судьбу (0,791), а также ещё две ценности с высокими коэффициентами корреляции: ценность исторической памяти (0,773) и ценность преемственности поколений (0,755). Кроме того, в перечень родственных ценностей вошли три ценности со средними коэффициентами корреляции: ценность прав и свобод гражданина (0,589), ценность семьи (0,550), ценности созидательного труда (0,535).

Чтобы понять, как ценности, являющиеся родственными патриотизму, воспринимаются представителями разных типологических групп, построим таблицы сопряжённости в логике, описанной в предыдущем разделе. Поскольку восприятие нескольких родственных ценностей мы уже описали ранее и вынуждены были констатировать их преимущественно негативное восприятие социальными индивидуалистами (историческая память, преемственность поколений, созидательный труд), построим таблицы лишь с учётом не охваченных ранее ценностей (служение Отечеству и ответственность за его судьбу, права и свободы гражданина, семья).

Таблица 9

Показатели корреляции между индикатором ценности патриотизма и индикаторами «родственных» ценностей (коэффициент Спирмена)

| Ценности   | Суждения, подтверждающие личностную значимость патриотизма             | Корреляции* |
|--|--|-------------|
|  | Для меня важно...  |             |
| Служение Отечеству и ответственность за его судьбу | нести ответственность за судьбу своей страны и её народа               | 0,791       |
| Историческая память                                | сохранять историческую память народа                                   | 0,773       |
| Преемственность поколений                          | обеспечивать преемственность поколений                                 | 0,755       |
| Права и свободы гражданина                         | знать, уважать и использовать конституционные права и свободы человека | 0,589       |
| Семья  | иметь крепкую семью  | 0,550       |
| Созидательный труд                                 | иметь возможность трудиться на благо общества, созидать что-то новое   | 0,535       |

\* р-уровень значимости корреляций:  $p < 0,001$

Таблица 10

Распределение респондентов разных типологических групп, согласных с ценностными суждениями (наименьшая разница в оценках представителей «положительных» и «отрицательных» типологических групп)

| Суждения   | Номера, центры и объёмы кластеров |                     |                      |                     |                     | Всего по массиву, % | Разница: кл.4/кл.1, п. п. | $\chi^2$ * |
|--|-----------------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------------|------------|
|  | Кл2 (-3,09)<br>2,5%               | Кл3 (-1,82)<br>7,4% | Кл1 (-0,91)<br>18,5% | Кл5 (0,02)<br>25,3% | Кл4 (0,81)<br>46,3% |                     |                           |            |
| Для респондента важно:   |                                   |                     |                      |                     |                     |                     |                           |            |
| Нести ответственность за результаты своих решений                      | 37,3                              | 64,3                | 72,5                 | 92,9                | 98,5                | 87,3                | 34,2                      | 188,5      |
| Знать, уважать и использовать конституционные права и свободы человека | 28,2                              | 52,1                | 54,1                 | 88,1                | 99,2                | 82,6                | 47,0                      | 225,1      |
| Иметь крепкую семью  | 5,5                               | 27,2                | 42,1                 | 74,1                | 90,5                | 70,6                | 48,4                      | 173,5      |

\* У всех суждений уровень значимости  $\alpha=0,000$

Как видно из таблицы 10, разница между долей согласий респондентов, входящих в типологическую группу с положительной координатой, и долей согласия респондентов, входящих в первую отрицательную группу, является заметной, но не критичной. Так, о важности для них нести ответственность за результаты своих решений говорит 98,5% представителей положительной

и 72,5% представителей отрицательной группы. Заметно больше разница между оценками представителями положительной и отрицательной группы двух других суждений: знать, уважать и использовать конституционные права и свободы человека (99,2 и 54,1% респондентов противоположных групп соответственно), иметь крепкую семью (90,5 и 42,1% респондентов противоположных групп соответственно).

Исходя из данных, приведённых в таблице 10, можно сделать вывод о том, что три родственные патриотизму ценности вполне неплохо воспринимаются представителями студенческой молодёжи. В силу того, что ценность как социальный феномен представляет собой такую морально-нравственную универсалию, которая не только регламентирует наши поступки, но и направляет их, можно допустить, что программы и различные мероприятия, нацеленные на формирование патриотизма, но основанные на ценностях служения Отечеству и ответственность за его судьбу, ценности прав и свобод гражданина, а также ценности семьи, будут более эффективно формировать и ценность патриотизма в том числе.

## Заключение

Патриотизм, будучи весьма широким в содержательном плане понятием, рассмотрен в статье с позиции ценностного подхода. В понимании автора он представляет собой проявляющуюся в любви к своей Родине устойчивую во времени, общественно-значимую универсалию, следование которой обеспечивает укрепление национальной идентичности и государственности, мотивацию к общественной деятельности, сплочение общества, в т. ч. перед внешними угрозами. Основой данного определения понятия патриотизма как социальной ценности мы обозначили для себя его ключевые функциональные индикаторы: сплочение общества, укрепление национальной идентичности; защита от внешних угроз; укрепление государственности; мотивация к общественной деятельности.

Указанные функциональные индикаторы составили содержание фактора ценности патриотизма, на основе которого были определены типологические группы в зависимости от их координат в пространстве фактора: «социальные гуманисты» (типологическая группа – в зоне положительных значений фактора ценности патриотизма); «социально неопределившиеся» (типологическая группа – в зоне нейтральных значений фактора); «социальные индивидуалисты» (три типологические группы – в зоне отрицательных значений фактора).

Такой подход дал нам возможность понять, что представители типологических групп, находящиеся в зоне отрицательных значений данного фактора, кардинальным образом расходятся с представителями положительной типологической группы в оценках суждений, характеризующих как саму ценность патриотизма, так и родственные ей ценности. Они отрицательно относятся ко всем суждениям в залоге важности и готовности относительно обеспечения



преемственности поколений и единства народов России, сохранения исторической памяти народа; они не готовы трудиться на благо своей страны и её народа.

В то же время представители обеих групп оценивают почти одинаково высоко ценности, определяющие условия, которые влияют на комфортность и успешность их индивидуального существования: профессиональное развитие и самореализация, здоровье, самостоятельность, достоинство, справедливость.

Такие результаты дают возможность говорить нам о том, что большая часть представителей каждой типологической группы нацелена, в первую очередь, на профессиональное развитие и самореализацию. В то же время представители типологической группы «социальных индивидуалистов» не готовы делиться со своей страной плодами того, что будет составлять их профессионализм, формирующийся, благодаря ресурсам этой страны, например, включённости в систему высшего образования. Представители же противоположной типологической группы, «социальные гуманисты», напротив, в своих социальных планах и ориентациях демонстрируют уверенность в том, что счастье и благополучие каждого человека неразрывно связаны с благополучием всего общества.

В то же время «социальные индивидуалисты», резко негативно относясь к половине ценностей, определённых нами по результатам корреляционного анализа как родственных патриотизму (историческая память, преемственность поколений, созидательный труд), оценивают весьма высоко вторую половину родственных ценностей: служение Отечеству и ответственность за его судьбу, права и свободы гражданина, семья. В таких ответах усматривается хоть и неполное, но частичное проявление гражданственности, что демонстрирует потенциал формирования ценности патриотизма и среди «социально неопределившихся» респондентов, и среди «социальных индивидуалистов» посредством реализации мероприятий молодёжной политики, основанной на положительно воспринимаемых ценностях.

#### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Горшков М. К. Российское общество как оно есть: (опыт социологической диагностики). В 2 т. Т. 1 / М. К. Горшков ; изд. 2-е, перераб. и доп. М. : Новый хронограф, 2016. 416 с. ISBN 978-5-94881-342-4. EDN WETWRZ.
2. Фадеев П. В. Российская государственно-гражданская идентичность сквозь призму восприятия истории, культуры и общественно-политической жизни // Социологическая наука и социальная практика. 2022. Т. 10, № 3. С. 78–95. DOI [10.19181/snsp.2022.10.3.9198](https://doi.org/10.19181/snsp.2022.10.3.9198). EDN BXPPWR.
3. Халий И. А. Патриотизм в России: опыт типологизации // Социологические исследования. 2017. № 2 (394). С. 67–74. EDN YGAMSJ.
4. Schatz R. T., Staub E., Lavine H. On the Varieties of National Attachment: Blind Versus Constructive Patriotism // Political Psychology. 1999. № 20. P. 151–174. DOI [10.1111/0162-895X.00140](https://doi.org/10.1111/0162-895X.00140).
5. Кузнецов И. М. Патриотизм региональной молодёжи в социологическом измерении (на примере Пензенской области) // Социологическая наука и социальная практика. 2023. Т. 11, № 2. С. 25–40. DOI [10.19181/snsp.2023.11.2.2](https://doi.org/10.19181/snsp.2023.11.2.2). EDN JHXXVO.

6. Елишев С. О. Социальное манипулирование молодёжью : монография. М. : Канон+ РООИ «Реабилитация», 2019. 336 с. ISBN 978-5-88373-554-6. EDN [SWQCFM](#).
7. Дюркгейм Э. Социология её предмет, метод, назначение. М. : Канон+ РООИ «Реабилитация», 2006. 352 с. ISBN 5-88373-037-Х.
8. Парсонс Т. Система современных обществ. М. : Аспект Пресс, 1998. 270 с.
9. Риккерт Г. Науки о природе и науки о культуре. М. : Республика, 1998. 413 с.
10. Газиева И. А. Социальная среда как фактор изменения ценностей студенческой молодёжи // Высшее образование в России. 2024. Т. 33, № 2. С. 54–72. DOI [10.31992/0869-3617-2024-33-2-54-72](#). EDN [DUADYA](#).
11. Shin H. J., Schwartz M. The Duality of Patriotism // Peace Review. 2003. Vol. 15, № 4. P. 419–426. DOI [10.1080/1040265032000156672](#).
12. Wang J., Jia S. The Contemporary Value of Patriotism // Advances in Applied Sociology. January 2015. Vol. 5, № 05. P. 161–166. DOI [10.4236/aasoci.2015.55015](#).
13. Motoi G. Values as an object of study for the American and the French sociology. A review of F. Znaniecki's and R. Boudon's perspectives // Social Sciences and Education Research Review. 2017. № 4 (2). P. 222–230.
14. Розов М. А. Проблема ценностей и развитие науки // Наука и ценности / Отв. ред. А. Н. Кочергин. Новосибирск : Наука, 1987. С. 5–26.
15. Corten A. Valeurs sociales et économies au seuil de la croissance : Essai de sociologie de la connaissance. Paris, Louvain : Les Éditions Nauwelaerts, 1967. 233 p.
16. Nathanson S. Patriotism, Morality, and Peace. Lanham : Rowman & Littlefield, 1993. 227 p.
17. Газиева И. А. Социология ценностей: методология исследования : монография. М. : Инфра-М, 2024. 253 с. ISBN 978-5-16-019683-1. DOI [10.12737/2133680](#). EDN [RNJQLC](#).
18. Бушуев В. В., Голубев В. С. Естественно-научные основы социального гуманизма. М. : ЛЕНАНД, 2018. 112 с. ISBN 978-5-9710-5415-3.
19. Голубев В. С. Основы экосоциогуманизма. М. : ИНФРА-М, 2022. 158 с. ISBN 978-5-16-017476-1. DOI [10.12737/1856825](#). EDN [IXDXPS](#).

## Сведения об авторе

### И. А. Газиева

кандидат социологических наук, доцент,  
старший научный сотрудник  
SPIN-код: [8411-6195](#)

Статья поступила в редакцию 16.07.2024; одобрена после рецензирования 22.08.2024; принята к публикации 27.01.2025.

Original article

DOI: [10.19181/snsp.2025.13.1.7](#)

## PATRIOTISM AS A SOCIAL VALUE: THE PERCEPTION OF STUDENT YOUTH

**Inna Alexandrovna Gazieva**

Institute for Social Sciences of the RANEPА,  
Moscow, Russia,

[gazieva-ia@ranepa.ru](mailto:gazieva-ia@ranepa.ru),

ORCID [0000-0002-0778-7171](#)

**For citation:** Gazieva I. A. Patriotism as a social value: the perception of student youth. *Sociologicheskaja nauka i social'naja praktika*. 2025;13(1):142–169. (In Russ.). DOI [10.19181/snsp.2025.13.1.7](https://doi.org/10.19181/snsp.2025.13.1.7).

**Abstract:** The article is devoted to one of the urgent problems in the field of studying and organizing youth policy: the assessment and formation of the value of patriotism. Current political rhetoric often speaks of a record high level of patriotism in Russian society, including among students, but with a closer study of the social environment, we have to admit that such statements are somewhat declarative. In this regard, the purpose of this article was to determine the content of the concept of patriotism as a value, which formed the basis of the methodology of the author's sociological research devoted to the study of the formation of social values among students. The survey was conducted from May 17 to June 1, 2023 through the personal offices of full-time RANEPa students (N=4338). Based on the results of factor and cluster analysis of the array of sociological data, a factor of the value of patriotism was formed, as well as typological groups of respondents described depending on the distribution of coordinates of cluster centers and the analysis of estimates of judgments that make up the content of the factor of patriotism and additional, clarifying judgments. The typological group of respondents in the zone of positive values of the factor is called "social humanists"; they highly value judgments concerning patriotism and are ready to develop and support their country in every possible way; They believe that the well-being of each person is inextricably linked to the well-being of society. The typological group of respondents who are in the zone of negative values of the factor (three clusters) are called "social individualists"; they have a negative attitude to patriotism as a social value and are not ready to share the fruits of their labor with their country, do not consider themselves to owe anything to it. The third typological group, traditionally intermediate, is called "socially undecided"; its representatives are in the zone of neutral, zero values of the factor and do not demonstrate a pronounced positive or negative attitude to the value of patriotism. In order to determine organizational and methodological approaches to the formation of the value of patriotism, according to the results of the correlation analysis, a list of values that are related to the value of patriotism was formed, of which half are evaluated sharply negatively by "social individualists", and half are evaluated positively by them. It is assumed that the development of mechanisms for the implementation of youth policy aimed at increasing the level of patriotism, based on positively assessed values, will be more effective in terms of forming patriotism among students who have a negative attitude towards it. This constitutes the author's next research task.

**Keywords:** social values, patriotism, youth policy, youth, higher education

## REFERENCES

1. Gorshkov M. K. Russian society as it is: (experience of sociological diagnostics). In 2 vols. Vol. 1. Moscow: Novy'j xronograf; 2016. 416 p. (In Russ.). ISBN 978-5-94881-342-4.
2. Fadeev P. V. Russian state-civil identity through the prism of perception of history, culture and socio-political life. *Sociological science and social practice=Sociologicheskaja nauka i social'naja praktika*. 2022;10(3):78–95. (In Russ.). DOI [10.19181/snsp.2022.10.3.9198](https://doi.org/10.19181/snsp.2022.10.3.9198).
3. Khaliy I. A. Patriotism in Russia: the experience of typologization. *Sociological studies=Sociologicheskie issledovaniya*. 2017;2(394):67–74. (In Russ.).
4. Schatz R. T., Staub E., Lavine H. On the varieties of national attachment: blind versus constructive patriotism. *Political Psychology*. 1999. № 20. P. 151–174. DOI [10.1111/0162-895X.00140](https://doi.org/10.1111/0162-895X.00140).

5. Kuznetsov I. M. Patriotism of regional youth in the sociological dimension (on the example of the Penza region). *Sociological science and social practice=Sociologicheskaja nauka i social'naja praktika*. 2023;11(2):25–40. (In Russ.). DOI [10.19181/snsp.2023.11.2.2](https://doi.org/10.19181/snsp.2023.11.2.2).
6. Elishev S. O. Social manipulation of youth: a scientific monograph. Moscow: Kanon+ROOI «Reabilitaciya»; 2019. 336 p. (In Russ.). ISBN 978-5-88373-554-6.
7. Durkheim E. Sociology, its subject, method, purpose. Moscow: Kanon+ROOI «Reabilitaciya»; 2006. 352 p. (In Russ.). ISBN 5-88373-037-X.
8. Parsons T. The system of modern societies. Moscow: Aspect Press; 1998. 270 p. (In Russ.).
9. Rickert G. Natural sciences and cultural sciences. Moscow: Respublika; 1998. 413 p. (In Russ.).
10. Gazieva I. A. Social environment as a factor of changing the values of student youth. *Higher education in Russia=Vy'sshee obrazovanie v Rossii*. 2024;33(2):54–72. (In Russ.). DOI [10.31992/0869-3617-2024-33-2-54-72](https://doi.org/10.31992/0869-3617-2024-33-2-54-72).
11. Shin H. J., Schwartz M. The Duality of Patriotism. *Peace Review*. 2003;15(4):419–426. DOI [10.1080/1040265032000156672](https://doi.org/10.1080/1040265032000156672).
12. Wang J., Jia S. The Contemporary Value of Patriotism. *Advances. Applied Sociology*. January 2015;5(5):161–166. DOI [10.4236/aasoci.2015.55015](https://doi.org/10.4236/aasoci.2015.55015).
13. Motoi G. Values as an object of study for the American and the French sociology. A review of F. Znaniecki's and R. Boudon's perspectives. *Social Sciences and Education Research Review*. 2017;4(2):222–230.
14. Rozov M. A. The problem of values and the development of science. In: Science and values. A. N. Kochergin ed. Novosibirsk: Nauka; 1987. P. 5–26 (In Russ.).
15. Corten A. Valeurs sociales et économies au seuil de la croissance: Essai de sociologie de la connaissance. Paris, Louvain: Les Éditions Nauwelaerts; 1967. 233 p.
16. Nathanson S. Patriotism, morality, and peace, Lanham: Rowman & Littlefield; 1993. 227 p.
17. Gazieva I. A. Sociology of values: methodology. Moscow: Infra-M; 2024. 253 p. (In Russ.). ISBN 978-5-16-019683-1. DOI [10.12737/2133680](https://doi.org/10.12737/2133680).
18. Bushuev V. V., Golubev V. S. Natural science foundations of social humanism. Moscow: LENAND; 2018. 112 p. (In Russ.). ISBN 978-5-9710-5415-3.
19. Golubev V. S. Fundamentals of ecosociohumanism. Moscow: Infra-M; 2022. 158 p. (In Russ.). ISBN 978-5-16-017476-1. DOI [10.12737/1856825](https://doi.org/10.12737/1856825).

## Information about the Author

### I. A. Gazieva

Candidate of Sociology, Associate Professor,

Senior Researcher

ResearcherID: [HKP-0645-2023](https://orcid.org/0009-0001-8000-0000)

Scopus AuthorID: [57476805800](https://orcid.org/0009-0001-8000-0000)

The article was submitted 16.07.2024; approved after reviewing 22.08.2024; accepted for publication 27.01.2025.