

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный университет»

на правах рукописи

Капцевич Ольга Александровна

**Представленность патриотических ценностей в политическом сознании  
жителей Санкт-Петербурга и Владивостока**

специальность 19.00.12 «политическая психология»

Диссертация на соискание ученой степени  
кандидата психологических наук

Научный руководитель:  
доктор исторических наук,  
профессор Олесич Нинэль  
Яковлевна

Санкт-Петербург - 2016

## Оглавление

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>5</b>
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ПАТРИОТИЗМА КАК ЦЕННОСТНОЙ ОРИЕНТАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ СОЗНАНИИ.....</b>	<b>14</b>
<b>1.1. Патриотизм как предмет научного исследования.....</b>	<b>14</b>
<b>1.2. Междисциплинарный обзор подходов к исследованию патриотизма.....</b>	<b>20</b>
<b>1.3. Патриотизм как элемент политического сознания.....</b>	<b>27</b>
<b>1.4. Понятие ценности и ценностной ориентации в психологии и политической психологии.....</b>	<b>32</b>
<b>1.5. Патриотизм как политическая ценностная ориентация в политическом сознании.....</b>	<b>38</b>
<b>1.5.1. Психологическая структура патриотизма как ценностной ориентации с позиций субъект-объектного подхода.....</b>	<b>41</b>
<b>1.5.1.1. «Патриотические ценности» в структуре «образа страны» как объекта патриотического отношения.....</b>	<b>49</b>
<b>Выводы к Главе 1.....</b>	<b>51</b>
<b>ГЛАВА 2. ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ ПАТРИОТИЗМА КАК ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЦЕННОСТНОЙ ОРИЕНТАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ СОЗНАНИИ ЖИТЕЛЕЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И ВЛАДИВОСТОКА.....</b>	<b>55</b>
<b>2.1. Организация исследования.....</b>	<b>55</b>
<b>2.2. Характеристики выборки.....</b>	<b>57</b>
<b>2.3. Методики исследования.....</b>	<b>62</b>
<b>2.4. Этапы и способы обработки данных.....</b>	<b>67</b>
<b>ГЛАВА 3. ОБРАБОТКА И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ.....</b>	<b>72</b>

3.1. Патриотизм как политическая ценностная ориентация в политическом сознании жителей Санкт-Петербурга и Владивостока.....	72
3.2. «Образ страны» как объект патриотического отношения: значимость «патриотических ценностей» для жителей Санкт-Петербурга и Владивостока.....	77
3.2.1. «Образ страны» как объект патриотического отношения: актуальность «патриотических ценностей» для жителей Санкт-Петербурга и Владивостока.....	83
3.3. Психологическая структура «патриотического отношения» в политическом сознании респондентов Санкт-Петербурга и Владивостока.....	89
3.4. Факторный анализ: сокращение количества переменных личностного опросника FPI.....	98
3.4.1. Факторный анализ: сокращение количества переменных ценностного опросника Ш. Шварца.....	104
3.5. Ценностная структура «образа страны»: факторно-аналитическое исследование.....	116
3.5.1. «Патриотические ценности» как объекты патриотического отношения жителей Санкт-Петербурга и Владивостока.....	124
3.6. Личностные характеристики и характеристики ценностной структуры респондентов как предикторы патриотического отношения: логистический регрессионный анализ.....	129
Выводы к Главе 3.....	135
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	140
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ТЕРМИНОВ.....	149
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	151
Приложение 1.Тест FPI. Фрайбургский многофакторный личностный опросник. Форма В.....	171
Приложение 2. Ценностный опросник Ш. Шварца.....	176

<b>Приложение 3. Анкета-опросник значимости «патриотических ценностей».....</b>	<b>182</b>
<b>Приложение 4. Анкета исследования представлений о патриотизме.....</b>	<b>184</b>
<b>Приложение 5. Описательные статистики для переменных исследования, полученных на этапе обработки первичных данных.....</b>	<b>185</b>
<b>Приложение 6. Таблица значений «т-критерия для независимых выборок»: различия оценок значимости «патриотических ценностей» в Санкт-Петербурге и Владивостоке.....</b>	<b>188</b>
<b>Приложение 7. Значения бисериального коэффициента корреляции для категорий «патриотических ценностей» и переменной «декларируемая патриотическая ориентированность».....</b>	<b>190</b>
<b>Приложение 8. Объединенные критерии для коэффициентов регрессионной модели.....</b>	<b>191</b>
<b>Приложение 9. Сводка для регрессионной модели.....</b>	<b>192</b>
<b>Приложение 10. Таблица классификации для регрессионной модели.....</b>	<b>193</b>

## Введение

**Актуальность темы исследования.** Патриотизм, как явление и идея, всегда играл важную роль в жизни России, являясь социальной и психологической предпосылкой многих значимых событий в стране, занимая центральное место в идеологии.

В настоящее время наблюдается рост актуальности феномена патриотизма в общественно-политической жизни России. В общественном плане данная тенденция наиболее ярко проявляется в связи со знаковыми событиями во внутри- и внешнеполитической жизни страны, произошедшими за последнее десятилетие. Рост патриотических настроений в российском обществе фиксируется, в том числе, проводящимися исследованиям [12, 119].

В политическом плане актуализация патриотизма проявляется на уровне политической риторики, в том числе, исходящей от первых лиц государства: патриотическая тематика звучит в ежегодных посланиях Президента Федеральному Собранию в 2012-2015 гг. [96, 97, 98, 99], в многочисленных выступлениях и речах главы государства [20, 21, 22, 102, 103, 122].

Направление государственной политики на развитие патриотизма прослеживается в таких действующих официальных документах, как «Государственная программа патриотического воспитания граждан Российской Федерации» [75, 76, 77, 78], «Стратегия государственной молодежной политики в Российской Федерации до 2025 года» [81] и т. д. Таким образом, патриотизм можно с уверенностью назвать направлением нынешнего политического курса России.

Актуальность патриотизма обуславливает рост интереса к его исследованию в общественно-научной традиции. При этом чрезвычайно важным представляется изучение психологической сущности феномена, поскольку характеристики и предпосылки патриотизма на уровне индивидуального и общественного сознания россиян во многом обуславливают объективные формы его существования. Однако в психологической науке к настоящему времени не сложилось

общепринятого подхода к пониманию места патриотизма в системе психологических категорий, представления о его сущности как психологического и политико-психологического феномена.

В настоящей работе мы предполагаем обратиться к исследованию психологических характеристик патриотизма в политическом сознании современных россиян: его личностных и ценностных предпосылок. Изучение психологической стороны такого сложного социально-политического явления, как патриотизм, представляется наиболее целесообразным проводить в контексте политической психологии, как области научного знания, находящейся на стыке психологии с политической наукой.

**Степень научной разработанности проблемы.** Проблема теоретического осмысления патриотизма имеет глубокие исторические корни и встречается уже в сочинениях античных философов. Однако предмет эмпирического научного изучения феномен впервые становится в XX столетии.

Современные исследования патриотизма проводятся в контексте различных общественно-научных дисциплин и характеризуются широким многообразием подходов [13, 35, 38, 49, 67, 86, 157, 168, 172].

Отсутствие единого понимания феномена характерно и для психологической науки, где патриотизм рассматривается в качестве социальной установки, убеждения, чувства, характеристики мировоззрения и т. д. В политической психологии патриотическая тематика рассматривается зачастую в контексте проблемы исследования политического сознания [10, 113], политической культуры [109, 121], также обнаруживая многообразие подходов к пониманию психологической сущности феномена.

В то же время одним из наиболее перспективных подходов к научному исследованию патриотизма как психологического феномена является его интерпретация через категорию ценностей. В рамках ценностного подхода патриотизм интерпретируется «позитивная духовно-ценностная ориентация ... относительно своей принадлежности к стране, государству, нации» [72, С. 5], как «сложное образование, содержательно отражающее совокупность

общечеловеческих и специфических для данного народа ценностей» [42, С. 32-33] и т. д. По-разному определяется место патриотизма в ценностной сфере личности: феномен рассматривается как отдельная ценность, как ряд или система определенных ценностей и ценностных ориентаций, как элемент, включенный в более широкие ценностные категории.

В политической психологии исследование патриотизма в аксиологическом аспекте конкретизируется через понятие политических ценностей или ценностных ориентаций [3], однако, данный подход к исследованию феномена не является широко распространенным к настоящему моменту. Наиболее часто патриотизм исследуется в контексте масштабных исследований ценностной сферы россиян, в ряду других политических ценностей, таких, как мир, традиционность, глобализация, равенство и т. д. [10, 113, 134, 146]. При этом исследование внутренней психологической структуры патриотизма как политической ценности и ценностной ориентации в политической психологии на данный момент не является широко распространенным.

Особый интерес в исследовании аксиологических характеристик патриотизма представляет субъект-объектный подход [37, 45], предполагающий рассмотрение структуры патриотизма как ценности на уровне его субъекта, объекта и отношения между ними. При этом в качестве объекта патриотического отношения рассматривается «образ страны» и его ценностные составляющие [38]. Таким образом, проблема исследования патриотизма как политико-психологического феномена оказывается связанной с актуальным предметом изучения современной политической психологии - «образом страны» и «образом государства» [30, 70, 110, 117, 134].

«Образ страны» - интегральное образование, в котором «отражаются представления граждан о политической власти, ... образы территории, культуры, народа, национальные символы и др.» [93]. По определению С.Ю. Ивановой, в результате отражения «элементов социокультурной среды в сознании людей, ... они приобретают для личности ... значащий смысл» [38, С. 85] и могут

рассматриваться как ценности, что обуславливает актуальность исследования «патриотических ценностей» как элементов структуры «образа страны».

В рамках данной работы мы предполагаем исследовать патриотизм как политическую ценностную ориентацию в политическом сознании россиян с использованием субъект-объектного подхода.

**Цели исследования:** выявление психологических особенностей патриотизма как политической ценностной ориентации в политическом сознании респондентов; обнаружение различий в психологических особенностях патриотизма в политическом сознании респондентов в Санкт-Петербурге и Владивостоке.

**Задачи исследования:**

1) междисциплинарный анализ теоретических и эмпирических исследований патриотизма, разработка теоретической модели психологической структуры патриотизма как политической ценностной ориентации в политическом сознании субъекта;

2) выявление психологических особенностей патриотизма на уровне его объекта: исследование представленности «патриотических ценностей» как структурных составляющих «образа страны» в политическом сознании респондентов; обнаружение различий в представленности «патриотических ценностей» в политическом сознании респондентов в Санкт-Петербурге и Владивостоке;

3) изучение особенностей представлений респондентов об уровнях проявления «патриотического отношения»; обнаружение различий в представлениях об уровнях проявления «патриотического отношения» в политическом сознании респондентов в Санкт-Петербурге и Владивостоке;

4) выявление личностных и ценностных особенностей субъекта, выступающих предпосылками патриотического отношения.

**Эмпирический объект исследования:** граждане России, 151 респондент в возрасте от 18 до 35 лет, в том числе 69 жителей Санкт-Петербурга и 82 – Владивостока.



**Предмет исследования:** патриотизм как политическая ценностная ориентация в политическом сознании респондентов Санкт-Петербурга и Владивостока: личностные и ценностные предпосылки патриотической ориентированности, «патриотические ценности» в структуре «образа страны» респондентов в Санкт-Петербурге и Владивостоке, их представления об уровнях проявления «патриотического отношения».

**Гипотезы исследования:**

1) Декларирование собственной патриотической ориентированности респондентами в Санкт-Петербурге и Владивостоке связано с их положительным восприятием феномена патриотизма;

2) Существуют различия в представленности «патриотических ценностей» в структуре «образа страны» как объекта патриотического отношения респондентов в Санкт-Петербурге и Владивостоке;

3) Существуют различия в понимании «патриотического отношения» респондентами в Санкт-Петербурге и Владивостоке;

4) Существуют личностные и ценностные качества, связанные с декларируемой патриотической ориентированностью респондентов и могущие выступать ее предикторами.

**Теоретическая и методологическая и основа исследования.**

Теоретическая база исследования представлена теориями и концепциями политических ценностей и политического сознания в политической, общей и социальной психологии; теория ценностей Ш. Шварца; психологические теории черт личности; концепции патриотизма в психологии, социологии, философии, истории, педагогике; субъект-объектный и структурно-функциональный подходы.

Методологическая база исследования представлена методикой изучения ценностей Ш. Шварца; методикой исследования личности FPI (форма В); авторской анкетой-опросником исследования значимости «патриотических ценностей», анкетой-опросником для исследования представлений респондентов о патриотизме.

**Научная новизна исследования** заключается в предложенном и разработанном понимании патриотизма как политической ценностной ориентации в политическом сознании субъекта. Данный подход открывает новый ракурс в исследовании психологической природы феномена.

Развиваемое представление о субъект-объектной структуре патриотизма позволяет впервые комплексно рассмотреть и эмпирически исследовать психологическую структуру феномена с позиций политической психологии, выступая в качестве основания для упорядочивания представлений о психологических аспектах патриотизма как ценности и ценностной ориентации.

Новизной характеризуется проведенное исследование ценностной структуры субъективного «образа страны», позволившее выявить категории «патриотических ценностей» (структурных элементов «образа страны»), служащих преимущественным основанием патриотизма респондентов, а также обнаружить психологические и ценностные характеристики, выступающие в качестве предикторов их патриотического отношения.

Впервые сформулированы сравнительные выводы о различии ценностных оснований патриотизма у респондентов Санкт-Петербурга и Владивостока, обнаружены различия в ценностном содержании «образа страны» как объекта патриотического отношения представителей двух городов.

**Теоретическая значимость работы.** Предложенное понимание патриотизма через категории политических ценностей и политического сознания развивает существующие представления о психологической природе феномена. Категория ценностей, охватывающая различные сферы личности, позволяет максимально избежать редукции понятия, что обуславливает эвристичность данного подхода в дальнейших исследованиях феномена.

Развиваемая субъект-объектная модель структуры патриотизма может выступать как основание для структурирования и интеграции существующих разнородных представлений о его психологических характеристиках.

Обнаруженные различия ценностного содержания «образа страны» как объекта патриотического отношения респондентов Санкт-Петербурга и

Владивостока вносят вклад в исследование проблемы региональной специфики политического сознания и политических ценностей россиян.

### **Практическая значимость работы.**

1. Выявленные в ходе исследования характеристики патриотизма как политико-психологического феномена могут быть использованы *в рамках* разработки и осуществления концепций и программ патриотического воспитания, позволяя намечать наиболее эффективные способы формирования и развития патриотизма у исследованной категории россиян.

2. Обнаруженные различия психологических характеристик патриотизма респондентов в Санкт-Петербурге и Владивостоке могут быть полезны в рамках разработки и реализации региональных программ развития патриотизма и патриотического воспитания.

3. Полученные данные о ценностном наполнении «образа страны» как объекта патриотического отношения респондентов позволяют обнаружить потенциально единую ценностную основу патриотизма опрошенной категории граждан, предоставляя ценную информацию в рамках деятельности, направленной на консолидацию российского общества.

4. Результаты исследования, обнаруживающие ряд характеристик патриотизма как политической ценностной ориентации в политическом сознании, могут использоваться в процессе обучения политических психологов.

**Методы обработки данных:** контент-аналитическое исследование, частотный анализ, непараметрический статистический критерий  $\chi^2$ –Пирсона (для анализа классификаций номинативных признаков и анализа таблиц сопряженности 2×2), корреляционный анализ с применением параметрического t-критерия Стьюдента (для независимых выборок) и бисериального коэффициента корреляции  $r_{pb}$ , факторный анализ (с варимакс-вращением), логистический регрессионный анализ. Обработка данных производилась в программах IBM SPSS Statistics 21 и Microsoft Excel 2010.

### **Научные положения, выносимые на защиту:**

1. Патриотизм существует в политическом сознании опрошенных жителей Санкт-Петербурга и Владивостока в качестве *позитивной ценности и ценностной ориентации*, воспринимается как *социально одобряемый феномен*, вследствие чего его в большей степени склонны демонстрировать лица, стремящиеся к социальному одобрению и доминированию, *в целях социального возвышения*.

2. Декларируемая патриотическая ориентированность опрошенных жителей Санкт-Петербурга и Владивостока может быть спрогнозирована с большой вероятностью по их личностным качествам и характеристикам ценностной структуры и обнаруживает значимую связь, во-первых, *с социальной активностью, стремлением к лидерству*, во-вторых – *с ценностями самостоятельности и независимости, с терпимостью и стремлением к благополучию в мировом масштабе*.

3. Структура «образа страны» в политическом сознании респондентов может быть охарактеризована четырьмя основными категориями «патриотических ценностей»: «культурные», «геополитические», «государственно-экономические», «ценности природы». «Образ страны» как объект патриотического отношения респондентов имеет преимущественную наполненность ценностями культуры.

4. В качестве оснований патриотизма представителей Санкт-Петербурга выступают «культурные» и «государственно-экономические» (в незначительной степени - «геополитические») ценности, для опрошенных владивостокцев – «культурные ценности» и «ценности природы», что указывает на различный характер патриотизма респондентов в двух городах. Универсальными ценностными основаниями патриотизма опрошенных в двух городах выступают «культурные ценности» («русский язык», «история России», «российский народ»).

5. Разнообразие представлений респондентов об уровнях проявления «патриотического отношения» может быть сведено к пяти категориям, соответствующим *аффективной, когнитивной* (более характерно для опрошенных петербуржцев), *интенциональной, нравственной, поведенческой* сферам личности. Наиболее распространено понимание патриотического

отношения в аффективном и поведенческом контекстах, что может обуславливать *стихийность, иррациональность «патриотического отношения» и соответствующего политического поведения.*

**Достоверность научных положений** подтверждается использованием надежных и валидных психологических методик, соответствующих поставленным исследовательским целям, применением достоверных и точных процедур обработки результатов, соблюдением всех правил и требований, предъявляемых к выполнению статистической обработки данных, а также достаточным количеством выборки и адекватностью ее характеристик поставленным целям.

**Апробация и внедрение результатов.** Результаты исследования обсуждались на международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2013», на XVI Международной конференции «Психология XXI века: проблемы и перспективы психологического образования», на VIII Международной научно-практической конференции «Отечественная наука в эпоху изменений: постулаты прошлого и теории нового времени», на заседаниях кафедры политической психологии Санкт-Петербургского государственного университета с 2012 по 2016 гг.

**Структура и объем диссертации.** Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных терминов, списка использованной литературы, включающего 184 источника (в том числе 49 на иностранном языке), 10 приложений. Основной объем диссертации составляет 170 страниц, включает 24 таблицы и 12 рисунков. Объем приложений – 23 страницы.

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ПАТРИОТИЗМА КАК ЦЕННОСТНОЙ ОРИЕНТАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ СОЗНАНИИ

## 1.1. Патриотизм как предмет научного исследования

В общепринятом и наиболее широком понимании *патриотизм* - это, в первую очередь, «любовь к Родине» (стране, Отечеству, государству и т. д.), готовность к совершению действий, направленных на ее благополучие [51], а *патриот* – соответственно, человек, который любит свою Родину и готов действовать на ее благо. Подобное понимание распространено в обыденном сознании и отражает суть понятия в наиболее общих чертах, однако, определения и подходы к пониманию патриотизма в области научного знания отличаются значительно более детальной конкретизацией феномена, соответствующей направленности и содержанию конкретной дисциплины. Общепринятого определения патриотизма и представления о его сущности на данный момент не обнаруживается, что характерно как для общенаучного представления о феномене, так и для отдельно взятых дисциплин, в рамках которых он исследуется. Зарубежные авторы также отмечают отсутствие консенсуса по поводу определения патриотизма [168], подходов к его измерению [156], вообще разработанной теоретической базы для исследования феномена [156]. Однако в общих чертах определенный консенсус среди зарубежных исследователей, также, достигается в понимании патриотизма через понятия любви и преданности к своей нации или стране [147].

При этом, как зарубежные, так и российские исследователи феномена, отмечают, что патриотизм – гораздо более сложное понятие, чем просто любовь к стране или бездумная, агрессивная ее защита [170]. Для прояснения существующих представлений о патриотизме обратимся к интерпретациям феномена, существующим в рамках гуманитарных наук в российской и зарубежной исследовательской традиции.

Одним из наиболее распространенных является определение патриотизма как чувства [23, 87], раскрывающее его как «любовь к отечеству, к родной земле, к своей культурной среде» [89, с. 185]. Понимание феномена преимущественно через те или иные чувства / эмоции свойственно и зарубежным авторам, также, определяющим патриотизм через такие понятия, как любовь, привязанность, гордость. Однако наиболее используемыми, в отличие от отечественных подходов, в данном отношении являются категории **привязанности** [138, 140, 165, 168, 181, 183], **лояльности** [159], **идентичности** [147, 151, 156, 159]. В таком контексте патриотизм определяется, например, как глубокая эмоциональная привязанность к нации [156], любовь к нации и гордость за нее [160] и т. д.

Отметим, что аффективный аспект, действительно, представляется одним из центральных в понимании феномена, однако, его психологическое рассмотрение подразумевает наличие также других составляющих, относящихся к когнитивной, нравственной, смысловой, ценностной, потребностно-мотивационной и другим сферам личности.

Рассмотрим трактовки, подчеркивающие, прежде всего, когнитивные аспекты патриотизма. В. С. Соловьев еще в XIX веке раскрывал сущность понятия через «ясное сознание своих обязанностей по отношению к Отечеству» [цит. по: 106]. В данном аспекте исследователи проблемы рассматривают в качестве неотъемлемого элемента патриотизма сознательность, «работу ума» [130, с. 61]. Особенно ярко рациональный аспект патриотизма представлен зарубежными исследованиями, где, в отличие от отечественной традиции, делается акцент на критичности восприятия личностью собственного патриотического отношения, а также его объекта [163, 173]. В ряде работ **критичный** настрой обозначается как изначальная основа и неотъемлемая характеристика американского патриотизма [140, 148].

Как видно, в обозначенных определениях первостепенное внимание уделяется когнитивным аспектам патриотизма: рациональному восприятию объекта патриотического отношения, критичному настрою как его центральной характеристике. Существуют и определения, акцентирующие нравственную

сторону феномена, что проявляется, например, в его рассмотрении как «нравственного и политического принципа, ... содержанием которого является любовь к отечеству, преданность ему, гордость за его прошлое и настоящее, стремление защищать» интересы Родины [23].

С позиций теоретиков и практиков патриотического воспитания, патриотизм неразрывно связан с высоким уровнем развития морально-этических качеств личности, с ее стремлением внести достойный вклад в развитие государства [2].

В иностранных определениях патриотизма также прослеживается упоминание категорий морали, нравственности. Например, М. Меру характеризует патриотизм, в том числе, через **чувство долга**, побуждающее защищать свою страну (ее честь, целостность, безопасность своих соотечественников) [163]. М. А. Depuiset и F. Butera подчеркивают важность определенных **обязательств** в понимании сущности патриотического отношения [147].

Поведенческая и мотивационная составляющие патриотизма представлены, например, в его понимании как «особой направленности самореализации и социального поведения граждан» [51]. Представление о связи патриотизма с определенной гражданской позицией, гражданской активностью [50], характеризует феномен через характеристики политического поведения.

Данные аспекты довольно распространены не только в отечественных, но и в зарубежных подходах. М. А. Depuiset и F. Butera в качестве характеристики патриотизма рассматривают **гражданское участие**, связывая его с **мотивацией** защищать идеалы, ценности или политику, которые воспринимаются как благоприятные для страны [147]. Таким образом, в данном понимании интенциональный аспект представлен понятием мотивации.

Указание на данную сторону феномена присутствует также в определении D. Archard, по мнению которого патриотизм часто подразумевает самоотречение и **самопожертвование** в интересах своей страны [136]. На самопожертвование как одну из сторон патриотизма указывают и другие представители зарубежной



науки [149], однако, данный аспект все же является сравнительно более распространенным в российских концепциях феномена [51].

Описывая поведенческую сферу патриотизма, рассматриваемую как конструктивное участие индивида в жизни общества, зарубежные исследователи также предлагают понятие **«патриотических мотиваций»**, включая в него мотивы, обуславливающие преданность граждан своему сообществу [183].

Приведенные определения, рассмотренные с психологической точки зрения, раскрывают внутреннее многообразие патриотизма как, в первую очередь, психологического феномена. Помимо этого, являясь предметом междисциплинарного исследования, патриотизм имеет множество порой несовпадающих трактовок в социологии, истории, политических науках, философии, культурологии, филологии и многих других областях научного знания. В данном отношении патриотизм рассматривается как идея, идеология, как объективный феномен или объект личного переживания, со статистической или экзистенциальной точки зрения, в качестве духовного, культурного, исторического феномена и т. д. Большое внимание патриотизму также уделяется в публицистике, художественной литературе, искусстве, политике, религии и т. д. Кратко рассмотрим основные аспекты представлений о патриотизме в обозначенном контексте.

В гуманитарных науках патриотизм зачастую рассматривается как «сложный социально-исторический, культурный и духовный феномен» [13, с. 4], нередко в качестве идеологии или составной части идеологических концепций, интерпретируясь как «идеология, декларирующая поддержку родной стране и деятельность на благо отечества в представлении индивида, нравственный, основополагающий принцип» [34]. Однако в реальной политической практике патриотизм (с точки зрения его идеологического наполнения) может трактоваться кардинально различным образом теми или иными политическими силами, использующими его в своих интересах, вследствие чего трактовки феномена, существовавшие в России в разное время, характеризуются большим разнообразием и противоречивостью [46].

В частности, с момента появления самого термина «патриотизм» в России (заимствованного из европейской, прежде всего французской традиции) в XVIII веке, и на протяжении существования Российской Империи, он носил преимущественно этатистский характер [43]; наиболее значимые патриотические «всплески» были связаны с военными действиями. Патриотизм эпохи Советского Союза подразумевал, прежде всего, «преданность идеалам социализма, ... безоглядное служение системе» [46, с. 45], причем «воспитание патриотизма рассматривалось, главным образом, как военно-патриотическое» [49, с. 34]. Во время перестройки и распада СССР, в условиях раскола общества, патриотизм был ассоциирован с деятельностью сторонников коммунизма, в противоположность «демократам» [46], а в первое постсоветское время характеризовался малой значимостью и некоторым негативизмом в его восприятии. Зарубежные исследователи, рассматривая историю патриотизма в Соединенных штатах Америки и Великобритании, также отмечают историческую изменчивость феномена и его связь с различными политическими направлениями [168].

Что касается официального понимания патриотизма на сегодняшний день, в «Концепции патриотического воспитания граждан Российской Федерации» феномен определяется как «любовь к Родине, преданность своему Отечеству, стремление служить его интересам и готовность, вплоть до самопожертвования, к его защите» [51]. Подчеркивается, что патриотизм – это «сознательно и добровольно принимаемая позиция граждан, ... предполагающая приоритет общественных и государственных начал над индивидуальными интересами и устремлениями и выступающая как высший смысл жизни и деятельности личности, всех социальных групп и слоев общества» [51]. Таким образом, патриотизм, с точки зрения авторов Концепции, предполагает приоритет общественных и государственных интересов, готовность к защите Родины, осознанный и добровольный выбор такой позиции.

В зарубежных политических концепциях патриотизма феномен связывается преимущественно с определенными политическими институтами. Например, в

концепции «конституционного патриотизма» Ю. Хабермаса феномен понимается как форма привязанности к конституционному порядку [155]. Миллер определяет политическую сущность патриотизма через «фаворитизм по отношению к соотечественникам», проявляемый в ситуации выбора решения о поддержке применения серьезной политической силы [164].

Говоря об оценочной стороне восприятия патриотизма, являющейся неотъемлемым элементом его существования в реальной социально-политической жизни страны, следует также рассмотреть негативные трактовки феномена. Отрицательное отношение к патриотизму демонстрировали некоторые выдающиеся деятели российской культуры и искусства (внесшие большой вклад, в том числе, и в развитие его культурных основ). Например, Л. Н. Толстой считал патриотизм пережитком варварских времен, а его «неизбежным последствием» - агрессию и войну, доказывал «полную несовместимость его с ... требованиями нравственности христианского общества» [124]. По преимуществу негативного взгляда на природу патриотизма придерживались и исследователи (а также многие публичные деятели) первого постсоветского времени, что также выражалось в опасениях по поводу роста агрессивности, тоталитаризма в связи с ростом патриотических чувств [15]. Таким образом, в основе негативизма в отношении феномена лежит, главным образом, представление о его связи с агрессивными, вражескими, военными, либо тоталитарными тенденциями, вероятно, основанное на историческом опыте России, в которой патриотизм приобретал множество самых разных форм и проявлений (в том числе, «военный», имперский, советский патриотизм и т. д.).

Негативное восприятие патриотизма свойственно также некоторым зарубежным авторам [154, 158, 162] и чаще связывается с «некритичными» формами феномена [168], демонстрирующими «слепую» поддержку правящей власти либо собственной нации.

На сегодняшний день исследования общественного мнения свидетельствуют о доминировании положительного восприятия патриотизма в российском

обществе [119, 79, 12], по сравнению с негативным отношением, представленным меньшинством наблюдений.

Проведенный обзор подходов к пониманию патриотизма позволяет обнаружить, что, как отечественным, так и зарубежным концептуализациям феномена свойственно акцентирование преимущественно его аффективной составляющей: наиболее часто упоминаются такие психологические аспекты патриотизма, как привязанность, идентичность, лояльность, любовь. Однако рассмотренные определения обнаруживают сложность психологической сущности феномена, раскрываемую в аспектах, относящихся к другим сферам личности. В частности, для российских исследований характерно акцентирование также моральной и нравственной, поведенческой составляющих. Для зарубежной традиции важным является когнитивный аспект (конкретно – важность критического восприятия нации и страны).

Рассмотренные определения патриотизма отражают отсутствие единого подхода к его интерпретации, выявляя существование точек зрения, подчеркивающих различные аспекты феномена. Однако на основе проведенного первичного обзора трактовок понятия можно выделить такие инварианты в понимании его сущности, как любовь к родине, стремление к ее благу и деятельность в этом направлении. Попытаемся выделить некоторые основные линии в понимании феномена, существующие в гуманитарных науках на данный момент.

## **1.2. Междисциплинарный обзор подходов к исследованию патриотизма**

Междисциплинарный характер изучения патриотизма обуславливает существование многообразия представлений о его структуре, классификациях и т. д. Рассмотрим некоторые наиболее распространенные представления.

Во-первых, могут быть дифференцированы две взаимосвязанные формы существования патриотизма: «идеологическая» (более объективная, рассматриваемая преимущественно с конструктивистских позиций) и

«психологическая» (представление о патриотизме как о субъективном психологическом феномене).

Более расширенное понимание патриотизма как «идеи и социокультурного феномена», «явления национальной духовности и компонента общественного сознания» [23, с. 27], предполагает существование, как минимум, трех основных подходов к его рассмотрению, добавляя к двум перечисленным социокультурный аспект.

Таким образом, можно обозначить наиболее распространенные подходы к изучению патриотизма, рассматривающие его как:

- 1) феномен индивидуального сознания;
- 2) феномен общественного сознания;
- 3) социокультурный феномен;
- 4) идея либо элемент идеологии.

В границах понимания патриотизма **на индивидуально-психологическом уровне** рассматривается его место в структуре личности, связь с другими элементами такой структуры. При этом отсутствие однозначности и единогласия исследователей в понимании феномена выражается, в том числе, в многообразии подходов: патриотизм рассматривается как установка/аттитюд, чувство, характеристика мировоззрения, концептуализируется через понятие потребностей, мотивов, ценностей и т. д.

В зарубежных исследованиях изучение психологической сущности патриотизма наиболее часто сопряжено с рассмотрением тех или иных **потребностей**, которые он удовлетворяет. Наиболее часто в качестве таковых указываются **базовые потребности в безопасности и принадлежности** [137, 139], а также в **понимании реальности** [179] и т. д. М. А. Depuiset и F. Butera добавляют к этому перечню потребности в **самокатегоризации и достижениях**, а также в **любви и гордости** за группу [147]. Подчеркивается также роль патриотизма как средства повышения самооценки личности (путем позитивного оценивания группы, к которой она принадлежит) [147, 149].

Распространен подход, связывающий патриотизм с понятием **установки** или **аттитюда**. В данном аспекте феномен определяется как набор **установок** и убеждений, сосредоточенных на привязанности и лояльности по отношению к членам нации [159], как установка действовать определенным образом, в интересах своей страны [136] и т. д. Например, Г. Г. Дилигенский рассматривает патриотизм как «совокупность положительных ценностных и аффективных установок в отношении своей страны, ее народа, не совпадающую с какой-либо конкретной политической ориентацией» [32]. С. S. Parker проводит различие форм патриотизма исходя из различия лежащих в их основе установок: инструментальных либо ценностно-экспрессивных [168].

Еще один распространенный взгляд на психологическую определенность патриотизма подразумевает его рассмотрение через категорию **ценностей**. Данный подход представляется одним из наиболее перспективных в рамках научного исследования патриотизма как психологического феномена. С точки зрения ценностного подхода патриотизм интерпретируется как «позитивная духовно-ценностная ориентация ... относительно своей принадлежности к стране, государству, нации» [72, с. 5], как «сложное образование, содержательно отражающее совокупность общечеловеческих и специфических для данного народа ценностей» [42, с. 32-33] и т. д.

В зарубежных исследованиях данный подход также распространен. Например, М. А. Depuiset и F. Butera, определяя патриотизм в понятиях идентификации с системой разделяемых общественных ценностей [147], рассматривают патриотическую привязанность к стране как частную ценность, которая может быть приоритетной для индивида.

А. Н. Wingo также считает разделяемые ценности центральным аспектом патриотизма [184]. С. S. Parker, отмечая, что патриотизм выражает ценности, на которых основывается американское общество, приводит их конкретный перечень (включающий, в том числе, свободу, равенство, индивидуализм и другие) [168]. К этому перечню исследователи традиционно причисляют демократию [184].

L. Blum, развивая собственную концепцию патриотизма, определяет феномен через «лучшие традиции» той или иной нации [143]. По мнению исследователя, эти традиции выражаются как ценности и определяют любовь к стране, поскольку с ними патриот идентифицирует свою нацию [143].

Таким образом, на индивидуально-психологическом уровне речь идет именно о психологическом подходе, рассматривающем патриотизм как элемент структуры личности. Сюда же относится политико-психологический подход, позволяющий «встраивать» патриотизм в систему таких категорий, как «политическая культура», «политическое сознание», «политическая социализация», «политические ценности» и т. д.

В качестве **характеристики общественного сознания** патриотизм определяется как его «часть..., проявляющаяся в коллективных настроениях, чувствах, оценках, в отношении к своему народу, его образу жизни, истории, культуре, государству, системе основополагающих ценностей» [51], или как «особый настрой сознания и ценностных установок конкретной страны» [13, с. 4], «инстинкт самосохранения народной индивидуальности и самобытности» [48, с. 91] и т. д.

Понятие патриотизма как **социокультурного феномена** является довольно распространенным в общем массиве исследований данного направления. В этом контексте патриотизм трактуется как выражение общественного и индивидуального сознания в искусстве, культуре, в объективной социальной, исторической действительности, то есть представляет собой определенный социокультурный, культурно-исторический и информационный «фон» существования общества и личности [39]. Отмечается также важная роль культуры в качестве одного из оснований «устойчивости отчизнолюбия» россиян [83].

В данном контексте рассматривается связь патриотизма с менталитетом, как устойчивой совокупностью психических, интеллектуальных, эмоциональных и культурных особенностей, присущих той или иной этнической группе, нации, народности, а также его своеобразие в рамках различных культур. Актуальным

является также интерес исследователей к роли патриотизма в российском менталитете. В частности, утверждается, что «патриотизм является одной из наиболее ярких черт российского национального характера» [5151].

Наконец, **в идеологическом аспекте** патриотизм предстает как система теоретически оформленных взглядов на характер отношения граждан к собственной стране, исторически-изменчивая и зависящая от текущих аспектов социально-политической жизни. В частности, на разных этапах истории России патриотизм находил выражение в определенных идеологических «формулах» (например, «Москва - третий Рим», «Бог, царь, Родина», «Самодержавие. Православие. Народность» [43] и т. д.). Политические психологи находят предпосылки распространения той или иной идеи, идеологии, в общезначимости тех потребностей, которые может удовлетворять данная идея [18]. С позиций такого подхода, современный рост патриотических настроений в российском обществе [119] можно рассматривать как показатель актуальности потребностей, с которыми связана идея патриотизма.

Конкретно в психологическом измерении патриотизм также рассматривается под разными «углами зрения»: во-первых, как **свойство**, характеристика психологической структуры личности или общественного сознания; во-вторых - как **отношение**. Например, в «реляционном» понимании патриотизм интерпретируется как взаимоотношение гражданина и Родины / Отечества [4545], то есть, субъективного и объективного. С этой точки зрения патриотизм - это субъективное ощущение, возникающее в ответ на восприятие некой объективной ситуации [23].

В свою очередь, представления о структурных элементах патриотизма как отношения также характеризуются многозначностью. В частности, существуют разные варианты интерпретации **объекта** такого отношения: либо интегральные, либо сфокусированные на отдельных его аспектах (например, государство, культура, история, народ, природа, религия и многие другие).

В качестве интегральной трактовки патриотизма, в свою очередь, также, могут использоваться различные понятия. Чаще всего в качестве таковых



упоминаются «Родина», «Отечество», «страна», «отчизна», нередко выступающие синонимами. Однако существуют концепции, дифференцирующие данные понятия. В частности, понятие «**Отечество**» трактуется некоторыми исследователями как «совокупность политических компонентов национальной идентичности (власть, политическая история, идеология, рациональное)» [45, с. 17], в то время как понятие «**Родина**» раскрывается через такие компоненты как ««земля», природа, язык, коллективное бессознательное, иррациональное» [45, с. 17].

Другие авторы предлагают рассматривать понятие «Родина» как «инвариантную основу патриотизма, присущую каждому народу на протяжении всей истории его развития», а понятие «Отечество» - как «вариативную характеристику, отражающую особенности развития конкретного общества на определенном этапе его развития» [129, с. 15], на основе чего патриотизм считается целесообразным интерпретировать как «любовь к Родине и верность Отечеству» [129, с. 15].

«**Страна**», как еще одно понятие, используемое для обозначения интегрального объекта патриотического отношения, конкретизируется через такие характеристики, как «уровень богатства, свойства ее политической организации, параметры ее культуры» [68, с. 56] и др., причем некоторые из таких характеристик поддаются измерению (например, «через уровень ВВП на душу населения, через индексы политической свободы, развития гражданского общества и т.п.» [68, с. 56]), что дает основания считать такую интерпретацию интегрального объекта патриотического отношения наиболее операционализируемой.

Другие авторы рассматривают «страну» как «политическое Целое» - «объективный феномен, предстающий перед человеком как нечто данное и существующее независимо от его сознания» [45, с. 17].

Таким образом, в целом нельзя назвать понятия, используемые в качестве широких объектов патриотического отношения, вполне определенными и однозначными, что отчасти обуславливается неотъемлемостью их субъективного

компонента – восприятия субъектом. Следовательно, говоря об объекте патриотизма, целесообразно использовать понятие «образа Отечества» («**образа страны**», «образа Родины») как субъективного преломления объекта патриотического отношения в сознании личности [37].

Примечательно, что в качестве объекта патриотического отношения в зарубежных исследованиях наиболее часто упоминаются нация [144, 147, 159], соотечественники [164, 169], в то время как страна либо отечество/родина фигурируют в данной роли значительно реже, что представляет заметное отличие от российской традиции исследования феномена, где в качестве преимущественного объекта патриотизма выступает страна/родина. Подчеркивание политических аспектов объекта патриотизма (государство, его институты, проводимая политика и т. д.) встречается сравнительно реже и более свойственно для политических концепций феномена.

Помимо основных подходов к интерпретации различных сторон патриотизма, рассмотрим также существующие представления о его функциях. Исследователи выделяют ряд положительных функций в жизни государства и общества, которые он выполняет (или потенциально может выполнять): считается, что патриотизм способствует развитию всех сфер жизни страны: от экономики, экологии, и до сплоченности общества, его «духовного здоровья». Исследователи выделяют, во-первых, консолидирующую функцию патриотизма, утверждая его способность активизировать «самоотдачу ради достижения общей цели – сохранения и развития России, стремления сохранить и способствовать развитию государственности, социально-экономической и духовной сферы, общественных идеалов и ценностей» [23, с. 51]. Кроме того, существует представление об охранительных, защитных, а также стабилизирующих, регулирующих функциях патриотизма (как в немалой степени консервативного феномена) [46] и т. д.

Зарубежные исследователи также подчеркивают, что патриотизм способен выполнять некоторые неотъемлемые функции для сообщества или нации: функции объединения, сплочения и мобилизации [138].

Таким образом, проведенный интегральный анализ подходов к рассмотрению патриотизма, существующих в смежных областях научного знания, позволяет составить понимание о многогранности данного понятия и явления. В частности, описанные подходы разделены по принципу рассмотрения патриотизма как в большей степени объективного либо субъективного феномена. Также выделены представления о ряде уровней существования феномена, в частности, индивидуально-психологический, общественно-психологический, социокультурный и идеологический. Кроме того, с позиций субъект-объектного подхода обозначены трактовки субъекта и объекта патриотизма как отношения. Исходя из проанализированного многообразия подходов и аспектов феномена, можно ограничить его дальнейшее исследование конкретной областью научного знания, то есть, перейти к собственно психологическому анализу патриотизма.

### **1.3. Патриотизм как элемент политического сознания**

Патриотизм как понятие не имеет однозначной и четкой связи с теми или иными психологическими категориями: в исследованиях феномена на индивидуально-психологическом уровне наиболее распространено его отождествление с установками, чувствами, ценностями, убеждениями, нормами поведения и т. д. Кроме того, используются также более широкие категории, по отношению к которым патриотизм может быть рассмотрен в качестве одного из элементов (например, мировоззрение, сознание, культура и т.д.).

В рамках психологического исследования наиболее приемлемым представляется включение патриотизма в категорию сознания, что дает возможность рассматривать феномен (в зависимости от субъекта патриотического отношения) на индивидуальном либо коллективном уровне, соответственно, в качестве составляющей индивидуального и общественного сознания.

На **индивидуально-психологическом уровне** патриотизм интерпретируется, например, как сложное социальное качество личности, в обобщенной форме выражающее «чувство любви к родине, отечеству, заботу об

их интересах...» [31, с. 4], **на уровне общественного сознания** - как «исторически сложившиеся и постоянно развивающиеся позитивные социальные чувства, взгляды, идеи, отношения и деятельность социальных сообществ, ... направленные на благо своей родины и отечества» [72, с. 13].

Исследователи предлагают использовать понятие **«патриотического сознания/самосознания»**, определяя его как «совокупность ценностных элементов любой формы общественного сознания, являющихся отражением данного Отечества через призму социокультурных интересов» [38, с. 101], создаваемую и реализуемую «всей многосторонней деятельностью субъектов данного общества...» [125, с. 88]. Кроме того, подчеркивается, что патриотизм «функционирует не только в силу наличия патриотического сознания у субъекта, но и потому, что благодаря этому у него возникает соответствующее отношение к объекту патриотизма, проявляющееся в конкретных делах и поступках» [125, с. 89], то есть, реализуемое в «патриотической деятельности» - конкретных действиях, в которых проявляется «осознанное положительное отношение социального субъекта к своему отечеству» [72, с. 13].

В рамках данной работы патриотизм как психологический феномен предлагается рассматривать в качестве элемента **политического сознания**, что представляется наиболее целесообразным, поскольку позволяет, помимо исследования характеристик феномена в рамках данной категории, изучить его связь с другими элементами данного психологического образования. К настоящему моменту подход к исследованию патриотизма в качестве феномена политического сознания еще не получил достаточно широкого распространения, в то время как исследователи подчеркивают актуальность именно данного направления его изучения [1].

Политическое сознание, как одна из центральных категорий политической психологии, является формой общественного [85] сознания, и отражает, прежде всего, политическую сферу жизнедеятельности общества [47]. В общем виде оно понимается как «вся совокупность психического отражения политики», ее субъективный компонент; как «результаты восприятия субъектом той части

окружающей его действительности, которая связана с политикой и в которую включен он сам, а также его действия и состояния, связанные с политикой» [85, с. 59].

То есть, специфическим объектом отражения политического сознания [95] является политическая жизнь [47], или «политическое бытие» социальных субъектов (политическая деятельность, поведение). Такой объект подразумевает, в частности, отражение «отношения к общественному строю, к системе собственности и власти, к государству, политическому режиму, партиям и общественным движениям» [95] и т. д.

В **структуру политического сознания** входят политические установки, нормы, ценности и ценностные ориентации, убеждения и представления, взгляды, политические знания и интересы, чувства людей по поводу реальной и воображаемой политики. Политическое сознание также выражается в ожиданиях людей по отношению к власти, в их приверженности определенным нравственным идеалам [120] и т. д. Существенными элементами политического сознания выступают **политические чувства** (такие, как солидарность, патриотизм, национализм, классовая ненависть и т. д.), **политические убеждения** как «синтез знаний, чувств, настроений, выражающий глубокую веру в определенные идеалы и ценности, готовность действовать во имя их осуществления» [95].

Наиболее изменчивым элементом политического сознания являются **общественные настроения**, в совокупности со знаниями выступающие основами формирования оценочных суждений, формирующих **групповое и общественное мнение** (как важный показатель состояния обыденного политического сознания).

Существенным элементом политического сознания, как и сознания вообще, выступает категория **«образа»** [17]. В частности, в рамках данного исследования важной составляющей патриотизма как психологического феномена выступает **«образ страны»**.

В психологических концепциях «образ» («образ восприятия») традиционно включается в более широкую категорию, соответствующую такому

психологическому образованию, как «образа мира». Исходя из принятого подхода к рассмотрению образа как феномена восприятия, в его структуре утверждается преимущественная роль когнитивной составляющей. В частности, А. Н. Леонтьев характеризовал сущность образа, в том числе, через «пятое квазиизмерение», понимаемое ученым как «смысловое поле, система значений» [61, с. 253]. В то же время, выделяются и другие аспекты психологической структуры «образа», в частности, существующие концепции рассматривают ее как единство «познавательного, эмоционального и волевого» [14, с. 5] компонентов, следовательно, утверждается, что «образ» определяет также «эмоциональное отношение и готовность активного действия» субъекта [14, с. 5].

Существующие в психологии представления об аффективном компоненте «образа» восприятия [16, 91] позволяют говорить не только о содержательных, структурных, но и об эмоциональных характеристиках данного психологического образования (в частности, «образа страны»).

Согласно существующим представлениям о структурной организации политического сознания, выделяются три его уровня: во-первых, **обыденный** (повседневное состояние общественного мнения по поводу политической жизни, содержательно неясное, противоречивое, отрывочное, несистематизированное, но при этом устойчивое и оказывающее инерционное влияние на политическое поведение [85]); во-вторых - **теоретический** (целостная рациональная система взглядов и суждений, определенное мировоззрение, обосновывающее систему ценностей и политических установок, объясняющее политическую действительность на основе идеологической концепции [85], характеризующееся подвижностью и изменчивостью [95]); и в-третьих - **мотивационно-поведенческий** «установка на определенного рода действия» [47, с. 176], являющаяся результатом взаимодействия политической психологии и политической идеологии).

Кроме того, в существующих классификациях политического сознания выделяются такие его виды, как тоталитарное, либеральное, демократическое [120], либо официальное и оппозиционное, адекватное и неадекватное. По

субъекту политического сознания выделяются такие его виды, как **индивидуальное** (свойство и качество личности, «политического человека» [85]), **групповое** (установки и мотивы политического поведения конкретных классов, слоев, элит, политических партий и т. д. [47]) и **массовое** (политическое сознание общества по отношению к вопросам, имеющим актуальное политическое содержание и чреватые определенными политическими последствиями [85]).

При этом политическое сознание выполняет ряд значимых социально-политических функций: регулятивная, оценочная, интегрирующая, познавательная, прогностическая, мобилизующая, целеполагающая, нормотворческая [53] и т. д.

Поскольку политическое сознание складывается в определенной культурной ситуации и определяется ею [53], оно всегда носит конкретно-исторический характер, следовательно, в каждый момент времени оно выражает актуальные стремления и потребности субъектов политического действия (в то же время, содержа в себе запечатленное историческое прошлое) [53]. Таким образом, одни и те же понятия, ценности, идеи, могут восприниматься и оцениваться политическим сознанием в разные периоды по-разному [53] (что особенно применимо к понятию патриотизма, претерпевшего множество изменений в истории своего существования). Конкретно-исторические особенности политического сознания отражаются и на естественных процессах развития политического сознания личности в онтогенезе, через условия политической системы, ее институты, средства массовой информации [132, 133] и т. д.

В системе категорий политической психологии, политическое сознание тесно связано с такими понятиями и явлениями, как *политическая культура* (генетически являясь ее «производным, высшим уровнем» [85, с. 59], а в развитых обществах выступая ее центральным компонентом), *политическое поведение* (как рациональная основа субъективных механизмов такого поведения), *политическая система* (как ее субъективный фундамент, «человеческая основа»), и другими [85].

Таким образом, патриотизм как психологический феномен целесообразно рассматривать в качестве элемента политического сознания, в связи с другими составляющими его структуры, а также с точки зрения его представленности на обыденном, теоретическом, поведенческом, а также на индивидуальном, групповом и массовом уровнях.

В то же время разнообразие структурных элементов политического сознания обуславливает необходимость конкретизации патриотизма как одной из его составляющих.

В рамках настоящего исследования целесообразным представляется рассмотрение патриотизма как ценностного элемента политического сознания – *политической ценности*. Необходимо подчеркнуть, что категория сознания вообще, и политического сознания в частности, подразумевает акцентирование рациональных аспектов своего содержания, в противоположность «неосознаваемому», в частности, коллективному бессознательному в политике [85]. Таким образом, включение патриотизма в категорию политического сознания в определенной степени ограничивает исследование феномена его осознаваемыми аспектами. Следовательно, уместно обозначить исследуемый аспект патриотизма не как собственно ценность, но как *ценностную ориентацию*, поскольку данная категория отражает именно осознанные аспекты ценностей. Рассмотрим понимание ценностей и ценностных ориентаций в психологии более подробно.

#### **1.4. Понятие ценности и ценностной ориентации в психологии и политической психологии**

Изучение патриотизма в аксиологическом аспекте представляется эвристичным в связи с тем, что понятие «ценность», являясь достаточно широким для наиболее полного рассмотрения феномена, не ограничивает его психологическое содержание лишь одной узко-очерченной сферой личности, давая, таким образом, возможность уделить внимание эмоциональным,



когнитивным, потребностно-мотивационным, смысловым и другим сторонам патриотизма.

В наиболее общих чертах ценности можно определить как значения объектов или идей для человека и общества [126]. Анализ психологических определений понятия позволяет выделить такие его основные характеристики, как высокая значимость (иногда – жизненная важность) и предпочтительность определенных объектов (явлений, идей), а также их роль как критериев для оценки и выбора. В психологии **ценность** преимущественно понимается как обобщенное представление о должном и о путях его достижения; как определенная значимость объектов или идей; критерий для оценки явлений окружающего мира; высший уровень социальной и личностной регуляции.

В определении Б. Г. Ананьева ценности представляют собой «базальные, «первичные» свойства личности, которые определяют мотивы поведения субъекта» [4, с. 105].

Исследователь ценностной сферы Ш. Шварц определил ценности как *«понятия или убеждения, которые относятся к желаемым конечным целям или поступкам, выходят за пределы конкретных ситуаций, управляют выбором или оценкой поведения и событий и упорядочены относительной важностью»* [цит. по: 115, с. 16]. В понимании ученого ценности представляют собой обобщающие стандарты, критерии для выбора, оправдания и оценки собственных действий, людей и событий [176].

Основу ценностей исследователь видел в человеческих потребностях и мотивациях (биологических и социальных), доказывая, что ценности, рассматриваемые как *осознанные цели*, соотносятся с тремя универсальными потребностями существования людей («биологические потребности, необходимость координации социального взаимодействия и требования функционирования группы» [44, с. 26]), являясь актуальными для всех индивидов и обществ.

Существенным в рамках изучения ценностей является вопрос об их *осознанном или неосознанном характере*. В некоторых подходах ценности

рассматриваются как феномены сознания, отождествляясь с когнитивной сферой. Например, Б. С. Братусь определяет личностные ценности как «осознанные «отрефлексированные» наиболее общие смысловые образования» [цит. по: 9, с. 9]. При этом, объясняя довольно распространенную ситуацию, когда в исследованиях не удается установить четкие связи между декларируемыми ценностями и поведением [115], ученые, придерживающиеся данного подхода, выделяют ряд факторов, затрудняющих осознание ценностей индивидом, в числе которых - поверхностность уровня ценностных представлений, недоразвитость саморефлексии, недостаточный уровень развития интеллектуальных способностей и словарного запаса (что препятствует корректной вербальной презентации ценностей), а также действие механизмов психологической защиты, отсутствие условий для осуществления ценностей в поведении [115] и т. д.

С другой стороны, существует представление о неосознанности и невозможности вербализации ценностей.

Наиболее распространенной в психологии является концепция различения собственно ценностей и осознанных ценностных представлений / ценностных ориентаций. Хотя, как отмечает автор данной концепции Д. А. Леонтьев, и в психологической литературе эти понятия до сих пор часто смешиваются.

Д. А. Леонтьев определяет собственно **ценности** как «реально действующие имманентные регуляторы деятельности индивидов» [62], которые отнюдь не всегда являются осознанными, а **ценностные представления** - как рефлексивные, «сознательные убеждения или представления субъекта о собственных ценностях» [62], которые не совпадают полностью с реально действующими ценностями.

Понятие **ценностных ориентаций**, по мнению Д. А. Леонтьева, чаще всего используется в литературе для обозначения ценностных представлений сознания, и определяется как «осознанные представления субъекта о собственных ценностях, о ценном для него», которые могут выявляться «с помощью любых вербальных методов, как социологических, так и психологических» [62].

При этом иерархия ценностных ориентаций рассматривается как важный элемент в структуре личности, наряду с установками, мотивами, потребностями,

убеждениями, поведением и т. д. В частности, считается, что ценности, как первичные, более стабильные, менее многочисленные и более значимые «центральные» структуры [150], являются основой для формирования установок [115], выступают как глубинный фундамент [58] и «основа человеческой мотивации» [59, с. 59], «действуют как конечные пункты системы убеждений» [182], могут влиять (при определенных условиях) на поведение, в том числе вербальное [68], вообще придают смысл жизни личности [2].

Что касается **политической психологии**, объектом исследования данной научной области являются не только личностные и общественные, но и собственно **политические ценности**, понимаемые как *«политические убеждения и цели индивидуума или общества, отражающие в их сознании устойчивую положительную значимость тех или иных смыслов, принципов и явлений и служащие ориентирами в мире политики»* [116, с. 6]. Таким образом, политические ценности и представления рассматриваются как «собственно психологические феномены, отражающие политику в индивидуальном и массовом политическом сознании и влияющие на политическое поведение» [115, с. 22].

Относительно проблемы осознанности либо неосознаваемости политических ценностей, в политической психологии принята точка зрения, согласно которой в исследовательском аспекте более уместным является употребление термина *«политические ценностные ориентации»*, под которым подразумеваются *«психологические компоненты в структуре личности, являющиеся результатом осознания человеком своих политических ценностей»* [115, с. 30].

С точки зрения положения в структуре личности, система политических ценностей определяется как «подсистема общей системы базовых ценностей личности, которая в свою очередь входит в... образ мира или картину мира» [114, с. 57], выступает как опосредствующий фактор в политическом восприятии и как критерий для выбора поведения, оценки конечных целей, результатов политики [150]. Кроме того, политические ценности позволяют личности организовать свои политические оценки относительно непротиворечивым образом [150].

Помимо этого, политические ценности являются обуславливающим фактором для политических взглядов и установок [150], таким образом, оказывая влияние на политическое поведение, вследствие чего за ними признается одна из центральных ролей во всем политическом процессе [115].

Говоря о политических ценностных ориентациях как об элементе политического сознания, важно определить их место и роль в рамках данного образования. Согласно существующим представлениям, политические ценности составляют *«ядро политического сознания личности»* и занимают «определяющую позицию» по отношению к менее «центральным» его элементам (например, политическим представлениям) [115]. По определению А. В. Селезневой, политические ценности представляют собой «базовые элементы политического сознания ..., детерминирующие его специфику» [113, с. 128].

Важным аспектом политико-психологического изучения ценностей является их связь с идеологией. В частности, в исследованиях обнаруживается связь ценностей равенства и свободы - с «открытыми» идеологиями, ценностей конформизма - с консервативными взглядами [150] и т. д. Существенным выводом здесь является роль ценностей как фактора, помогающего взаимодействовать власти и гражданам. Однако, по замечанию Д. А. Леонтьева, идеалы, выдвигаемые в идеологических конструкциях, «могут успешно выполнять функцию консолидации и ориентации социальной общности лишь в том случае, если они адекватно отражают в себе мотивацию ее коллективной жизнедеятельности» [63, с. 15], то есть, реальные ценности, существующие в обществе.

А. В. Селезнева предлагает рассматривать две основные формы политических ценностей: во-первых, **персональные**, определяемые как «когнитивные конструкты в структуре личности, определяющие ее отношение к политическим событиям, явлениям и процессам, а также практическую реализацию общественно-политических идеалов в поведении и деятельности» [115, с. 29]; и во-вторых - **групповые** политические ценности как выработанные общественным сознанием и содержащиеся в нем «обобщенные представления о

совершенстве в политической сфере общественной жизни» [115, с. 29]. Групповые политические ценности характеризуются абстрактностью, устойчивостью, стереотипизированностью, выступают как важный элемент менталитета (наряду с чувствами, взглядами) и структурная составляющая политической культуры, а также играют существенную роль в политической идеологии и детерминируют политическую активность граждан. Специфику групповых политических ценностей обуславливают «особенности политического устройства государства, его социальной структуры, культурные и религиозные традиции» [115, с. 35].

Парадигма исследования политических ценностей в общем виде подразумевает их выявление на индивидуальном уровне за счет «артикуляции индивидом собственных представлений о значимом» [123], и на групповом – на основе процедуры классификации и статистического анализа суждений [123]. Таким образом, эмпирическое изучение политических ценностей допускает комплексный подход, подразумевающий применение как собственно психологических, так и социологических методов.

Кроме того, одним из основных методологических принципов исследования политических ценностей является внимание к политическому и социальному контексту, то есть необходимость учитывать текущую ситуацию, ее социально-политические, исторические параметры, что позволяет избежать возможной «оторванности» исследования тех или иных ценностных ориентаций от действительности.

Рассмотренное понимание ценностей и ценностных ориентаций, как в общепсихологическом, так и в политико-психологическом аспектах, позволяет сопоставить исследуемый феномен патриотизма с категорией политических ценностных ориентаций, рассматриваемой в качестве элемента политического сознания. Перейдем к непосредственному рассмотрению патриотизма, исходя из описанной определенности феномена в системе политико-психологических понятий.

## **1.5. Патриотизм как политическая ценностная ориентация в политическом сознании**

Конкретизируя аксиологический ракурс исследования патриотизма, отметим, что ценностная интерпретация феномена является широко применяемой в гуманитарных науках: в подавляющем большинстве исследований патриотизм так или иначе связывается с ценностной сферой. Отмечается, что с начала XXI века «взгляд на патриотизм как на важнейшую ценность, интегрирующую ... социальный, духовный, нравственный, культурный, исторический и другие компоненты личности» приобретает все большее распространение [38, с. 84].

В частности, исследователи рассматривают патриотизм как «сложное образование, содержательно отражающее совокупность общечеловеческих и специфических для данного народа ценностей» [42, с. 32-33], как «многоаспектную социокультурную ценность» [36, с. 12], в основе которой – естественное чувство любви к Родине, как «позитивную духовно-ценностную ориентацию ... относительно своей принадлежности к стране, государству, нации» [72, с. 5] и т. д.

Кроме того, в рамках ценностного подхода патриотизм интерпретируется как «духовная», «нравственная», социокультурная (высшая социокультурная [39]), «социально-нравственная» [64], моральная, «духовно-патриотическая» ценность [55, 66], ценность «мировоззрения, идеологии и морали» [56, С. 90], основная, «ведущая», «стержневая», ценность общества [39], одна из «базовых» его ценностей [50] и т. д. По-разному определяется и место патриотизма в ценностной сфере: во-первых, он сам рассматривается как ценность, во-вторых, может быть представлен как ряд, или система определенных ценностных ориентаций, в-третьих - как элемент, включенный в более широкие ценностные категории. Подобное разнообразие свидетельствует об отсутствии четкости в аксиологическом понимании феномена.

Наиболее часто в теоретических и эмпирических исследованиях патриотизм конкретизируется как социальная, социокультурная, политическая, «духовная»

ценность. Так, в качестве **социальной ценности** патриотизм интерпретируется как «чувство ценности и необходимости для жизни каждого человека его включения в большую целостную индивидуальность народа и, с другой стороны, инстинкт самосохранения народной индивидуальности и самобытности» [48, с. 91]. По Д. А. Леонтьеву, социальные ценностные представления выступают как «идеалы, задающие конечные ориентиры индивидуальной деятельности ... субъекта» [63, с. 17], являясь исходной, первичной и основной формой существования ценностей.

**Социокультурные ценности** представляют собой «критерии и способы оценки значимости объектов и образований общественной жизни, выраженные в нравственных, политических, этических, эстетических нормах, идеалах, принципах и целях, вырабатываемых данным обществом» [37, с. 23], отражают «общественную и культурную значимость материальных объектов, социально-политических и духовных образований (общественных институтов, культуры, истории, семьи и т.д.) для человека, коллектива, социальной группы, общества в целом» [37, с. 23].

Кроме того, патриотизм как ценность часто включается исследователями в категорию **«высших», «духовных» ценностей**. Некоторыми исследователями «духовность» как «интегративная характеристика ... патриотизма» соотносится с «ценностно-мотивационным ядром человека» и предполагает «бескорыстие, ... ответственность, преданность и т. д. в служении отечеству» [23, с. 77]. Однако конкретный психологический смысл, вкладываемый в категорию «духовность», не всегда является четко постулируемым.

Существуют концепции, выделяющие в сфере «духовных ценностей» *«патриотическую аксиосферу»* [25] понимаемую как «особый мир патриотических ценностей со своими составляющими: национальными (национально-культурная идентичность, национальное достоинство, сохранение национальной самобытности) и интернациональными (осознание себя гражданином многонационального государства) ценностями» [25, с. 6].

С точки зрения политической психологии патриотизм целесообразно рассматривать в качестве **политической ценности** или ценностной ориентации [3], в системе таких категорий, как политическое сознание, политическая культура, политическая социализация и т. д. Характеристика патриотизма как политической ценности признается и за пределами политической психологии [71]. При этом в политической психологии данный подход к исследованию феномена не является широко распространенным к настоящему моменту. Наиболее часто патриотизм исследуется в контексте масштабных исследований ценностной сферы россиян, в ряду других политических ценностей [10, 113, 134, 146]. По результатам таких исследований зачастую обнаруживается, что ценность патриотизма «не является самой значимой для ... респондентов, хотя и занимает в их сознании важное место» [134, с. 68]. В частности, Е. Б. Шестопал отмечает, что «эту ценность опережают мир, безопасность, права человека, порядок и стабильность» [134, с. 68]. Характеристика патриотизма как политической ценности и ценностной ориентацией была подробно рассмотрена выше.

Таким образом, существует несколько основных подходов к рассмотрению патриотизма в аксиологическом аспекте: во-первых, выделяется ряд основных ценностных категорий, с которыми патриотизм преимущественно отождествляется исследователями и через призму которых исследуется (социальные, социокультурные, политические ценности), во-вторых – более широкие категории, в рамках которых патриотизм рассматривается как составной элемент (в частности, категория «духовных ценностей»), и в-третьих – патриотизм как ценность может быть исследован с точки зрения его структуры – входящих в него «патриотических ценностей».

Таким образом, патриотизм как психологический и политико-психологический феномен в настоящем исследовании рассматривается через категорию политических ценностных ориентаций, что, в совокупности с его осмыслением в качестве элемента политического сознания, обуславливает преимущественный акцент на исследовании **когнитивного аспекта** феномена. Следовательно, основной изучаемой стороной патриотизма как ценностной



ориентации в настоящем исследовании выступает его когнитивный компонент, то есть, те аспекты феномена, которые являются принципиально доступными осознанию субъекта. В русле подобного понимания феномена разрабатывалось представление о его психологической структуре, использованное в качестве теоретической модели в ходе проведения дальнейшего эмпирического исследования и упорядочивания его результатов.

### **1.5.1. Психологическая структура патриотизма как ценностной ориентации с позиций субъект-объектного подхода**

В современных исследованиях патриотизма авторы уделяют большое внимание рассмотрению структуры феномена в психологическом аспекте, однако, по поводу его составляющих элементов в данном контексте не существует единогласия. К примеру, А. Н. Вырщиков и М. Б. Кусмарцев выделяют такие проявления патриотизма, как чувство, сознание, отношение, деятельность [13]; И. Ф. Харламов предлагает различать потребностно-мотивационный, интеллектуально-чувственный, поведенческий и волевой компоненты [127]; Н. В. Ипполитова - интеллектуальный, эмоционально-волевой, действенно-практический [42]; М. А. Ешев выделяет когнитивную, эмоциональную, поведенческую и этнокультурную составляющие [36] и т. д.

Таким образом, представления о структуре патриотизма, о его составляющих как психологического феномена, существенно различаются у разных авторов. При этом предлагаемые конструкции носят в большей степени теоретический характер. Отметим, что исследователи преимущественно рассматривают структуру патриотизма как психологического феномена в целом, то есть, включая в нее все многообразие разноплановых и разноуровневых составляющих, что, с нашей точки зрения, ведет к внутренней неоднородности представлений о структуре феномена и к невозможности интеграции выдвигаемых концепций.

Исходя из подобных соображений, в данном исследовании предлагается рассматривать психологическую структуру патриотизма с позиций *субъект-*

*объектного подхода*, что позволяет упорядочить внутренне-многообразное психологическое содержание феномена на уровне трех его структурных составляющих, давая возможность его дифференцированного теоретического и эмпирического исследования.

Исследователи указывают на наличие принципиальной связи «понятия «ценность» с принципом субъект-объектной дихотомии» [57, с. 43], что обуславливает целесообразность использования обозначенного подхода в рассмотрении патриотизма как ценности.

Данный подход в различных модификациях успешно применяется исследователями патриотизма в русле общественных наук.

В частности, С. Ю. Иванова, рассматривая патриотизм «в его социокультурной опосредованности и аксиологической сущности» [38, с. 14], как «одно из проявлений субъект-объектных отношений» [38, с. 55], признает диалектику субъект-объектных отношений в качестве «сущностного основания патриотизма» [38, с. 17]. При этом само «отношение к Отечеству» исследовательница рассматривает как «универсальную ценность» [38, с. 19].

По мнению Д. А. Кармановой, патриотизм, как «элемент политической структуры общества» [45, с. 8], обеспечивает «связь между индивидом (субъектом) и неким политическим Целым (объектом)» [45, с. 15], то есть, также подразумевает отношение между субъектом и объектом.

При этом с точки зрения исследователей проблемы, «сам факт связи понятия «ценность» с принципом субъект-объектной дихотомии не подлежит сомнению» [57, с. 43].

По мнению авторов, разрабатывающих данный вопрос, «ценностное отношение ... формируется только на основе и в контексте субъект-объектного отношения как вид этого отношения, а ценности, поняты как значения объекта для субъекта, производны от этого отношения» [90, с. 12].

Таким образом, субъект-объектный подход признается исследователями в качестве наиболее целесообразной парадигмы для исследования ценностей, в частности - патриотизма в его ценностном измерении, что обуславливает

изучение феномена в данном понимании на уровне субъекта, объекта и отношения между ними.

Исходя из субъект-объектного подхода, будем исследовать патриотизм, в качестве политической ценности / ценностной ориентации, как отношение субъекта к объекту, то есть, на уровне его субъекта, объекта и «патриотического отношения». Рассмотрим особенности феномена на каждом из этих уровней.

**1. Объект патриотического отношения** в общем, интегральном виде интерпретируется как собственная страна, Родина, Отечество. Однако в рамках психологического исследования под объектом патриотического отношения скорее имеется в виду не столько его объективная данность, сколько субъективный «образ страны» в сознании ее жителей.

Изучение «образа страны» является одной из наиболее актуальных исследовательских проблем современной политической психологии, а также гуманитарной науки в целом [27]. При этом существуют различные концепции феномена [146]. Отмечается, что «образ государства» может определять политическое поведение граждан [177], служит индикатором политического сознания тех или иных социальных групп [146], сильно подвержен ситуативным факторам и во многом зависит от экономической и политической ситуации в стране [146].

Исследователи разделяют «внешний» и «внутренний» образ страны. Первый «ориентирован на представления о стране, сложившиеся за пределами национального культурного поля» [117, с. 10] в то время как второй отражает «характер представлений о себе и о своем месте в мире» [117, с. 10].

Политико-психологический подход к исследованию образов включает их изучение «на рациональном (вербализируемые представления, оценки и установки) и бессознательном (неосознаваемые установки) уровнях восприятия» [93, с. 108]. Кроме этого, исследование образа возможно на трех уровнях: эмоциональном, поведенческом и когнитивном [93].

В рамках данного исследования предметом изучения выступает именно «внутренний» «образ страны», с точки зрения его когнитивных аспектов.

Исследование образа на когнитивном уровне подразумевает изучение таких его характеристик, как «интерес к теме образа страны; самостоятельность или стереотипность суждений о стране; уровень их когнитивной сложности/простоты; степень ясности/размытости образов» [93, с. 108] и т. д. На данном уровне образ определяется как репрезентация социального объекта в когнитивной сфере личности [152]. При этом исследователи отмечают что «ключевые тренды в восприятии образа на бессознательном уровне соотносятся с восприятием на рациональном уровне» [93, с. 115].

Понимание **«образа страны»**, в целом разрабатываемое в соответствии с существующими психологическими теориями образа, исследователи связывают преимущественно с категорией ценностей. В частности, С. Ю. Иванова отмечает, что «все многообразие явлений объективной реальности - Отечества может выступать в качестве ... ценностей» [40, с. 293]. «Образ Отечества» при этом определяется как «отражение элементов социокультурной среды в сознании людей, в результате которого они приобретают для личности (как и для любого социального субъекта) значащий смысл» [38, с. 85].

Таким образом, психологическая структура «образа страны» может быть охарактеризована через входящие в нее ценностные элементы - *«патриотические ценности»*, представляющие собой ценностное преломление объективных аспектов российской действительности в политическом сознании россиян.

При этом психологическая, ценностная структура «конкретно-чувственного образа Отечества» в политическом сознании характеризуется доминированием некоторых наиболее актуальных и значимых элементов, представляя собой различные их комбинации. Причем, как отмечают исследователи, отношение к аспектам «образа страны» в значительной степени определяется социальным положением и окружением, личностными характеристиками и т. д. [39]

Отметим, что объект патриотического отношения – «образ страны», понимаемый в аксиологическом смысле, может быть интерпретирован либо в обобщенном виде - как интегральная ценность «страны», «Родины» («образ страны» и «образ Родины») и т. п., либо, в силу своего потенциального

внутреннего разнообразия, конкретизирован через входящие в него ценностные составляющие.

Внутренне многообразие объекта патриотического отношения, разнообразие его ценностных характеристик, обуславливает представление о существовании соответствующих разновидностей патриотизма. В частности, выделяются такие его виды, как «общероссийский», «местный», «государственный» и т. д. [23]

2. Вторым элементом патриотизма как политической ценностной ориентации является *«патриотическое отношение»* / «ценностно-патриотическое отношение» [25, 87] субъекта к объекту («образу страны»), интерпретируемое исследователями как «реальная связь субъекта с объектом» [135, с. 11], возникающая в процессе общественной практики. В качестве «ценностного отношения» патриотизм можно определить как «переживание отношения к окружающей действительности через систему морально-нравственных критериев, принятых в обществе» [104, с. 69], выражающееся «в чувствах (переживаниях), в их рефлексиях, в сознательно принятых, понятийно оформленных убеждениях» [11, с. 294] и т. д.

На комплексный характер патриотического отношения обращают внимание многие современные исследователи проблемы. Например, В. К. Левашов отмечает, что «отношение граждан к своей стране ... проявляется в сложном комплексе чувств, знаний, ценностных ориентации, установок, действий, обычно артикулируемом как любовь к Родине» [60, с. 67].

Действительно, не смотря на доминирующее понимание «патриотического отношения» через его аффективные стороны (любовь к Родине, гордость, привязанность и т. д.), на психологическом уровне данная категория может быть раскрыта целым рядом разнообразных характеристик понимания и реализации патриотизма субъектом. Для упорядочивания подобного многообразия, рассмотрим возможные проявления патриотизма на уровне различных сфер личности.

Поскольку в настоящем исследовании патриотизм осмысливается с точки зрения ценностного подхода, в данном случае целесообразным представляется

обращение к существующим в психологии представлениям о структуре личностных ценностей. Согласно такому представлению, в структуре ценностей выделяются когнитивный («ценности как понятия»), «эмоциональный (отношение к ценностям) и поведенческий (связь ценностей с поведением) компоненты» [10, с. 24]. Исследователи патриотизма зачастую придерживаются именно такого взгляда на психологическую структуру феномена.

Однако существуют концепции, включающие некоторые дополнительные компоненты в структуру патриотизма. Например, В. Б. Орлов и В. И. Лесняк, исходя из контент-анализа определений патриотизма и патриотического воспитания, характеризуют патриотизм, помимо описанных, через интенциональный компонент, понимаемый как «предпосылка формирования волевого акта», обеспечивающая «проявление поведенческих реакций» [87, с. 83].

Таким образом, предварительно «патриотическое отношение» можно охарактеризовать четырьмя уровнями проявления, соответствующими различным сферам личности:

1) **эмоциональный / аффективный** - представлен комплексом эмоций, чувств (любовь, уважение, гордость привязанность и т.д.), направленных на объект («образ страны»).

2) **когнитивный / рациональный** - подразумевает осознанность «патриотического отношения», знания (о своей стране, ее истории и современном положении), осознание (чувств, установок и мыслей по отношению к стране, собственной государственной/национальной идентичности), взгляды, убеждения, мнения, и другие интеллектуальные аспекты положительного отношения к своей стране.

Многими авторами сознательность подчеркивается как неотъемлемая психологическая характеристика патриотизма [130]. В целом, на этом уровне патриотизм определяется как «*осознание* конкретным человеком своего особого... отношения к Отечеству...» [71, с. 9].

3) **интенциональный / потребностно-мотивационный** - включает намерения, мотивацию, установки, желание и готовность к патриотически-

ориентированной деятельности, поступкам. По определению исследователей, например, в системе социальных установок личности патриотическое отношение проявляется как стремление отстаивать интересы своей Родины, «действовать во имя сохранения и развития ее благополучия» и т. д. [48, с. 92]

4) **деятельностный / поведенческий / праксиологический** – проявления патриотического отношения в действиях, имеющих целью благо страны (в том числе в вербальном поведении: выражении своей патриотической позиции, отстаивании интересов страны, проявлении положительного отношения к ней в повседневном общении и т. п.).

Распространенным среди исследователей является утверждение, что «патриотическим может быть любой вид человеческой деятельности, при условии, что в ее мотивационной структуре будут преобладать патриотические мотивы» [40, с. 294], а также если она «изначально нацелена на принесение пользы Отечеству», и «выражает нравственную ответственность субъекта за судьбу своей страны» [38, с. 105].

Таким образом, теоретическое исследование позволило выявить четыре психологических аспекта, или уровня понимания и проявления «патриотического отношения» субъектом. Отметим, что характеристики патриотического отношения кладутся в основу выделения разновидностей патриотизма, таких, как «сознательный», «деятельный» и т. д.

3. Третий элемент в структуре патриотизма как ценностной ориентации - **субъект** патриотического отношения. В качестве такового может выступать индивид, группа, общество.

В рамках гуманитарных исследований, характеризуя субъект патриотического отношения, некоторые авторы вводят понятие «патриотических качеств личности» понимаемое как «устойчивые состояния сознания, чувств, действий, ценностных оснований деятельности» [23, с. 99], определяющих патриотическое отношение личности, либо характеризуют субъект через перечень «ценностей-качеств» [87] - «устойчивых элементов морального сознания и повседневного поведения личности» [87, с. 83]. В «Концепции патриотического

воспитания граждан Российской Федерации» патриотизм на личностном уровне определяется как «характеристика человека, выражающаяся в его мировоззрении, нравственных идеалах, нормах поведения.... в поступках и в деятельности» [51].

Подобные представления о свойствах субъекта патриотического отношения формулируются авторами преимущественно теоретическим путем, в то время как проводимые эмпирические психологические исследования конкретных личностных особенностей, связанных с патриотизмом, относительно малочисленны и на сегодняшний день не объединяются в единую модель. В таких исследованиях обнаруживается, например, что патриотизм, как «базовое свойство личности», характеризуется «доминированием ценностно-смысловых установок», «интернальной регуляцией проявления данного свойства» [100, с. 20] и т. д. Следовательно, говорить о различных видах патриотизма на основе его личностных предпосылок, основываясь при этом на объективных данных, на сегодняшний день не представляется возможным. Незавершенность представлений о психологических детерминантах патриотической ориентированности на уровне личности обуславливает их эмпирическое исследование в рамках данной работы.

Таким образом, с позиций субъект-объектного подхода в патриотизме как ценностной ориентации выделяется, во-первых, объект – «образ страны», включающий ряд ценностных составляющих - «патриотических ценностей»; во-вторых – патриотическое / «ценностно-патриотическое» отношение субъекта к объекту, существующее на четырех уровнях личности: аффективном, когнитивном, интенциональном и поведенческом; и в третьих – субъект (индивидуальный либо коллективный), который может быть охарактеризован через личностные характеристики.

В рамках данного исследования описанная модель психологической структуры патриотизма как ценностной ориентации в политическом сознании респондентов выступает основой эмпирического исследования, позволяя систематизировать процесс его проведения и упорядочивать полученные результаты.



### 1.5.1.1. «Патриотические ценности» в структуре «образа страны» как объекта патриотического отношения

Психологическая структура патриотизма как политической ценностной ориентации, рассмотренная с позиций субъект-объектного подхода, предполагает наличие ряда составляющих на каждом из трех выделенных уровней (на уровне объекта, субъекта и отношения). Таким образом, более частная, ценностная структура феномена может быть представлена составляющими - «патриотическими ценностями», упорядочивающимися в соответствии с тремя основными блоками: во-первых - ценности, относящиеся к объекту патриотического отношения (их можно условно соотнести с «терминальными ценностями» [171]), во-вторых - характеризующие само это отношение (можно отнести к «инструментальным ценностям»), и в-третьих - характеризующие субъект патриотического отношения (могут быть условно обозначены как «ценности-качества» [87]).

На данном этапе исследования рассмотрим ценностные составляющие объекта патриотического отношения – «образа страны».

В рамках данного уровня в структуре объекта патриотизма можно выделить, во-первых, интегральные, обобщающие «патриотические ценности» (образ страны в целом), и во-вторых - ряд ценностных составляющих, соответствующих более конкретным «патриотическим ценностям» в «образе страны».

Определим *«патриотические ценности»* как элементы структуры «образа страны», представляющие собой ценностное преломление объективных аспектов российской действительности в политическом сознании россиян.

В существующих на сегодняшний день исследованиях в качестве ценностей, входящих в «образ страны», рассматриваются разнообразные феномены российской действительности [24, 25, 36, 40, 70, 88, 93]. Наиболее часто упоминаются такие ценностные аспекты объекта патриотизма, как традиции, язык, история (памятные события, личности), религия, национальная культура, наука, искусство, территория, природа, «малая родина», народ («российская

гражданская нация» [50]). Отдельно раскрывается социально-политическая составляющая «образа страны» как объекта патриотического отношения: образ государства включает государственные символы (герб, знамя, гимн, форма одежды...), общественный строй/политический режим, власть (образ власти), экономическую составляющую. Также в исследованиях упоминаются некоторые менее четкие категории, образ которых, тем не менее, присутствует в общественном сознании и может выступать объектом патриотического отношения. Например, «национальные ценности», национальный характер/менталитет.

Кроме этого, некоторые исследователи относят к «патриотическим» ценности более локального, даже индивидуального порядка (дом, семья, работа и т. п.), или напротив, «общечеловеческие» ценности (мир, человечество и т. п.), однако, данный подход является дискуссионным.

На основе анализа ряда источников, содержащих представления о ценностном наполнении объекта патриотического отношения, нами был выделен ряд конкретных составляющих «образа страны» – собственно «патриотических ценностей».

В результате индивидуального и коллективного экспертного обсуждения, проведенного с привлечением экспертов кафедры политической психологии Санкт-Петербургского государственного университета, изначальный список был сокращен и в итоговом варианте включает двенадцать «патриотических ценностей»:

1. история России (памятные события, личности);
2. русский язык и литература;
3. культура России (традиции, искусство);
4. народ России (национальный характер, менталитет);
5. природа России (размеры страны, климат);
6. российская наука;
7. «малая родина» (свой регион, город);
8. власть (политический режим, структуры государственного управления);

9. российская экономика (отечественные товары, производители, компании);
10. спортивные достижения России;
11. положение России на международной арене;
12. вооруженные силы России.

Будем считать приведенные двенадцать «патриотических ценностей» составляющими структуры объекта патриотического отношения – «образа страны». Отметим, что интегральное понимание объекта патриотического отношения как страны в целом мы рассматриваем в качестве обобщающей «патриотической ценности» по отношению к приведенным категориям, вследствие чего в перечень данная игральная ценность не была включена.

Полученный перечень позволяет исследовать структуру «образа страны» с точки зрения входящих в нее ценностных элементов на уровне политического сознания личности и общества. На основе данного перечня была разработана анкета, позволяющая исследовать значимость «патриотических ценностей» для испытуемых.

### **Выводы к Главе 1**

Патриотизм как актуальное явление российской действительности представляет собой многогранный феномен, являясь объектом междисциплинарного исследования: его изучение проводится практически во всех гуманитарных науках, вследствие чего в разных областях знания феномен рассматривается в различных ракурсах: в качестве идеи, идеологии, направления политического курса и риторики, исторического феномена, принимающего разные формы в процессе развития общества, в качестве понятия, концепта, имеющего то или иное смысловое наполнение и т. д.

В рамках данной работы акцент делается на психологической стороне феномена, во многом определяющей объективные формы его существования. В психологическом плане патриотизм также представляет собой сложный, многоаспектный феномен, который может быть исследован в качестве

социальной установки, убеждения, чувства, характеристики мировоззрения и т. д. В настоящем исследовании наиболее целесообразной для изучения патриотизма представляется категория «ценностей», охватывающая различные сферы личности и позволяющая, таким образом, максимально избежать редукции понятия.

Ценностный аспект признается в качестве одной из основополагающих характеристик патриотизма, в том числе, за пределами психологической науки. Тем не менее, анализ подходов к пониманию аксиологической сущности патриотизма обнаруживают отсутствие единого представления о ценностной природе феномена в психологии: конкретные ценностные категории, с которыми исследователи связывают понимание патриотизма, существенно различаются.

В контексте данной работы патриотизм предлагается рассматривать через понятие *«политических ценностей» / «политических ценностных ориентаций»*, что позволяет определить феномен через *осознанные «политические убеждения и цели ..., отражающие устойчивую положительную значимость тех или иных смыслов, принципов и явлений и служащие ориентирами»* в социально-политической сфере [116, с. 6], оказывающие влияние на политическое поведение субъекта [115].

В качестве политической ценностной ориентации патриотизм предлагается рассматривать как элемент **политического сознания**, представляющего собой «результаты восприятия субъектом той части окружающей его действительности, которая связана с политикой и в которую включен он сам, а также его действия и состояния, связанные с политикой» [85, с. 59].

В целом патриотизм, как политическая ценность и ценностная ориентация, входит в «ядро политического сознания личности», занимая определяющую позицию по отношению к менее «центральным» его элементам [115], что подтверждает эвристичность данной категории в исследовании феномена.

Психологическая структура патриотизма как ценностной ориентации в политическом сознании россиян рассматривается с позиций субъект-объектного подхода, позволяющего выделить три основных аспекта феномена: объект («образ

страны)), субъект (индивидуальный либо коллективный) и «патриотическое отношение» субъекта к объекту. Каждый элемент может быть рассмотрен через ряд психологических характеристик, таким образом, рассмотрение психологической структуры каждой из трех составляющих патриотизма позволяет упорядочить представление о его психологической структуре в целом как политической ценностной ориентации.

В частности, психологическая структура «патриотического отношения» была рассмотрена через ряд составляющих, соответствующих проявлениям патриотизма на уровне пяти сфер личности: аффективной, когнитивной, интенциональной, поведенческой. Что касается характеристик субъекта патриотического отношения, некоторые авторы характеризуют его через набор определенных «ценностей-качеств», однако, четких и согласованных эмпирических данных на этот счет в психологических исследованиях не было выявлено, что обуславливает эмпирическое исследование личностных детерминант патриотизма в рамках данного исследования. Структура объекта патриотического отношения, конкретизированного как субъективный «образ страны», рассмотрена через ряд ценностных составляющих – «патриотических ценностей», определенных как ценностные преломления объективных аспектов российской действительности в политическом сознании россиян. Элементы структуры «образа страны» могут быть представлены либо в виде интегральной, обобщающей ценности (страна в целом), либо через более конкретные «патриотические ценности» (такие, как культура, история, государство, народ, «малая родина» и т. д.). Разработан перечень из двенадцати конкретных «патриотических ценностей», входящих в структуру «образа страны». При этом разнообразие каждого из трех элементов патриотизма с позиций субъект-объектного подхода используется исследователями в качестве основания для разделения «узких разновидностей» феномена.

Таким образом, проведенное теоретическое исследование понятия «патриотизм» с позиций политико-психологического подхода позволило выделить ценностную составляющую как наиболее значимую в рамках работы

сторону данного широкого и многоаспектного психологического феномена. На основе проведенного анализа патриотизм предлагается рассматривать как *политическую ценностную ориентацию, входящую в политическое сознание и включающую ряд конкретных психологических и ценностных составляющих, рассмотренных с позиций структурного подхода.*

По итогам теоретического обзора феномен сформулируем его определение в рамках данного исследования: *патриотизм - элемент индивидуального или общественного политического сознания; политическая ценностная ориентация, предполагающая положительное ценностное отношение (проявляющееся на уровне аффективной, когнитивной, поведенческой и других сфер личности) субъекта (личности или общества) к объекту – субъективному «образу страны», включающему конкретные ценности и ценностные ориентации, соответствующие аспектам российской действительности.*

## ГЛАВА 2. ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ ПАТРИОТИЗМА КАК ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЦЕННОСТНОЙ ОРИЕНТАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ СОЗНАНИИ ЖИТЕЛЕЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И ВЛАДИВОСТОКА

### 2.1. Организация исследования

*Теоретические предпосылки исследования. Операционализация предмета исследования.* Исследование патриотизма как политической ценностной ориентации в политическом сознании жителей Санкт-Петербурга и Владивостока носило сравнительный характер и было ориентировано на поиск личностных и ценностных детерминант патриотической ориентированности респондентов.

В научных исследованиях патриотизма наиболее часто используемым инструментарием являются анкеты, опросники, интервью, используются процедуры ранжирования, шкалирования, выбора альтернатив. В отдельных случаях осуществляется оценка деятельности, экспертная оценка (главным образом, в исследованиях военнослужащих, сотрудников органов внутренних дел [65]).

Однако в результате проведенного исследования источников не было обнаружено методик, позволяющих исследовать психологические характеристики патриотизма россиян, опирающихся на ту или иную теорию психологической сущности феномена. Инструментарий, применяемый в существующих эмпирических исследованиях, направлен преимущественно на анализ социологических аспектов патриотизма, в то же время большинство проводимых исследований феномена носят теоретический характер. Отсутствие надежных и валидных методик исследования патриотизма в психологии обусловило разработку собственного инструментария, делающего возможным изучение некоторых психологических характеристик феномена.

При этом выбор того или иного методологического инструментария, используемого в исследовании патриотизма, определяется операционализацией понятия. В частности, представление о критериях и индикаторах феномена

зависит от его конкретного исследуемого аспекта. Например, в ФЦП «Молодежь России» на 2011-2015 гг. критерием патриотизма выступает показатель «доля молодых граждан Российской Федерации, считающих себя «россиянами» и ассоциирующих себя с российской нацией» [52]. Более конкретно, в социологических опросах о патриотизме судят исходя из вербального самоотчета респондентов, на основе ответов на закрытые вопросы: «Как бы Вы сами себя охарактеризовали – как патриота своей страны или нет?» [119] или «Вы ощущаете себя патриотом России или нет?» [88].

В настоящем исследовании операционализация предмета - патриотизма как политической ценностной ориентации, - также исходит из представления о принципиальной доступности феномена осознанию и вербализации респондентами, поскольку используемая категория «политических ценностных ориентаций» предполагает именно сознательный аспект «собственно ценностей» (политических ценностей). Таким образом, патриотизм в качестве политической ценностной ориентации формулируется в рамках исследования как *декларирование респондентами собственной патриотической ориентированности / идентичности*, позволяя использовать методы, основанные на вербализации, самоотчете.

Наиболее целесообразным в данном контексте представляется применение **анкетного опроса** - количественного метода исследования, который позволяет выявлять специфику политических ценностей респондентов, а также их политические представления, установки, отношения, образы, идеологические предпочтения и т. д. [112, с. 45].

Анкетное исследование декларирования респондентами собственной патриотической ориентированности делает возможным сопоставление данного свойства с личностными качествами, характеристиками структуры ценностей, политическими представлениями и демографическими данными респондентов, проверяя, тем самым, гипотезы исследования.

В исследовании патриотизма как политической ценностной ориентации мы исходили из предположений о структурной организации феномена с точки зрения



субъект-объектного подхода, согласно которым в нем выделяются три составляющие: субъект, объект и «патриотическое отношение» субъекта к объекту. Основной задачей исследования выступала эмпирическая проверка предложенной психологической, ценностной структуры патриотизма, то есть, выявление психологических характеристик его субъекта (личностных и ценностных предпосылок патриотического отношения), объекта («образа страны», включающего ряд «патриотических ценностей / ценностных ориентаций») и «ценностно-патриотического отношения» субъекта к объекту (проявление отношения респондентов к «образу страны» на пяти уровнях личности, соответствующих аффективному, когнитивному, поведенческому, интенциональному, нравственному компонентам).

В целях исследования представленности, характеристик и структуры патриотизма как ценностной ориентации в политическом сознании респондентов, а также для сбора демографической информации, была разработана анкета, включающая ряд открытых и закрытых вопросов. Для исследования личностных и ценностных детерминант патриотизма как политической ценностной ориентации в исследовании были использованы два стандартизированных психологических теста: личностный опросник FPI и ценностный опросник Ш. Шварца.

## **2.2. Характеристики выборки**

Исследование проводилось на выборке представителей двух городов: Санкт-Петербурга и Владивостока, выбранных для сравнительного исследования исходя из предположения о наличии между ними объективных различий (территориальных, климатических, экономических, политических, социальных и других), могущих обуславливать различия в политическом сознании их жителей, и в частности различные характеристики патриотизма как политической ценностной ориентации.

Изучение региональной специфики политического сознания и политических ценностей россиян на данный момент является актуальной исследовательской проблемой, причем не только в политической психологии, но и в рамках других областей научного знания.

Исследователи указывают на существование «глубинных региональных различий... локальной ментальности русских, проживающих в огромной стране» [29, с. 12-13], подчеркивая существенные различия «типов ментальности» населения России, проявляющихся «в позициях, ценностных ориентациях, мотивациях, в парадигмах поведения людей» [29, с. 18].

При этом «исторический опыт региона (его традиции); ... региональное самосознание (идентичность); интересы и ценности; социальный состав населения», рассматриваются как факторы, оказывающие влияние на региональную специфичность политической культуры [41]. Отмечается, что «характеристики политического сознания, в том числе и молодежи, сильно различаются в отдельных регионах», что обуславливается «различиями условий жизни, ... сложившимися политическими традициями, ... активностью тех или иных политических сил» [94, с. 201].

Проводящиеся сравнительные исследования особенностей политического сознания и политических ценностей представителей Северо-западного и Дальневосточного округов страны отмечают существенные различия [29]. Например, Н. М. Давыдова отмечает «крайне нестабильную социально-психологическую обстановку» на Дальнем Востоке [29, с. 23], констатируя, что «ситуация на Дальнем Востоке ... находится в стадии повышенной кризисности по ряду объективных критериев и экономических показателей, и это ставит регион в центр повышенного общественного и научного интереса» [29, с. 15].

Большинство сравнительных исследований политического сознания и политических ценностей россиян носят масштабный характер, включая выборки различных федеральных округов, в то время как эмпирический объект данного исследования предоставляет возможность сконцентрироваться на детальном изучении психологических различий представителей конкретно Санкт-

Петербурга и Владивостока, что позволяет подробно рассмотреть эти наиболее территориально удаленные друг от друга и экономически различные города.

Отметим, что исследованная выборка включает в себя не только представителей Санкт-Петербурга и Владивостока, но и определенную долю представителей близлежащих регионов, поскольку значительная часть респондентов является студентами наиболее крупных вызов в каждом городе, и часть из них приезжает получать высшее образование из других городов региона.

Выборка, сформированная методом неслучайного целевого отбора и доступных случаев, включила 151 респондента: 69 представителей Санкт-Петербурга и 82 – Владивостока (46 и 54% соответственно).

Возрастные границы выборки – от 18 до 35 лет, - были установлены, исходя из представлений о возрастной периодизации, на уровне позднего юношеского и первого периода среднего возраста (в контексте периодизации, принятой АПН СССР [105]). Однако поскольку в «Основах государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» [81] «молодежь» определяется возрастными рамками от 14 до 30 лет, «а в некоторых случаях, определенных нормативными правовыми актами Российской Федерации и субъектов Российской Федерации, - до 35 и более лет...» [81], подавляющее большинство респондентов может быть отнесено к категории «молодежь».

Исследования патриотизма зачастую проводятся именно на молодежной выборке, что обусловлено важностью понимания особенностей феномена в данной социально-демографической группе, как «одном из наиболее активных и перспективных субъектов современного общества» [12, с. 212].

О. С. Дейнека отмечает, что молодежь – особая социальная группа, которая в известной степени определяет будущее развитие страны и общества, является главным стратегическим ресурсом любого государства [146]. Исследователи подчеркивают «стратегическое значение», которое приобретает в России «формирование самосознания этой категории населения» [28, с. 197].

При этом отмечается неустойчивость социального положения, а также «лабильность сознания, недостаточная твердость жизненных позиций,

неустойчивость социальных ориентации» [94, с. 193] молодежи, создающие «благоприятную среду для возникновения разного рода социальных конфликтов, приобретающих нередко политическую окраску» [94, с. 193]. Н. Я. Олесич также обращает внимание на склонность студенческой молодежи к протестному поведению, вплоть до проявлений экстремизма, обусловленных неудовлетворенностью политической обстановкой [84].

Исследователи подчеркивают, что «сознание молодежи легко поддается влиянию различных факторов: экономических, социальных и политических» [94, с. 193], что «в разные исторические периоды молодежь представляется наиболее политически ангажированной частью населения страны» [84, с. 129].

Таким образом, исследование характеристик патриотизма молодого поколения представляет серьезный исследовательский интерес, позволяя получать наиболее актуальные и прогностичные результаты.

Гендерная принадлежность респондентов распределилась следующим образом: 54% - женщины, 46% - мужчины в целом по выборке. Соотношение в выборке по Санкт-Петербургу составило 43 к 57%, по Владивостоку – 63 к 37% соответственно.

Структура выборки представлена следующими группами респондентов: во-первых, студенты двух вузов в каждом городе: Дальневосточный федеральный университет и его филиал - на Дальнем востоке; Санкт-Петербургский государственный университет и Петербургский университет путей сообщения – в Санкт-Петербурге, во-вторых - работающие жители Владивостока и Санкт-Петербурга.

*Учащиеся в вузах* составили 74,8% всей выборки (78% во Владивостоке, 71% - в Санкт-Петербурге).

Доля учащиеся ДВФУ (доля в выборке Владивостока – 30,5%, в общей выборке – 16,6%) и СПбГУ (доля в выборке по Санкт-Петербургу – 39,1%, в общей выборке – 17,9%) составила 34,4% всей выборки (16,5% - студенты ДВФУ, 17,9% - СПбГУ). Являясь наиболее крупными федеральными учебными заведениями высшего профессионального образования в каждом исследуемом

городе, объединяют студентов соответствующих регионов (Дальневосточного и Северо-западного), включая также определенный процент представителей других (зачастую соседних) регионов страны. В качестве опрашиваемых студентов выступили обучающиеся на психологических факультетах обоих вузов.

Гендерное распределение в ДВФУ характеризуется следующим соотношением: 68% - девушки, 32% - юноши, в СПбГУ: 59,3% - девушки, 40,7% - юноши, то есть преобладают респонденты женского пола, что представляется закономерным для гуманитарного факультета.

В группу студентов включены также представители двух менее крупных (по сравнению с рассмотренными выше) высших учебных заведений: филиал ДВФУ – на Дальнем востоке (доля в выборке по Дальнему востоку – 47,6%, в общей выборке – 25,8%) и ПГУПС – в Санкт-Петербурге (доля в выборке по Санкт-Петербургу – 31,9%, по всей выборке – 14,6%). Выборки по данным вузам составляют 40,4% всех респондентов. Гендерное распределение в группе студентов данных вузов имеет следующую структуру: 64,1% девушек и 35,9% юношей в филиале ДВФУ; 4,5% девушек и 95,5% юношей – в ПГУПС).

*Работающие жители* Владивостока и Санкт-Петербурга составляют 25,2% всей выборки (11,9% - жители Владивостока, 13,3% - Санкт-Петербурга).

Доля данной группы респондентов Владивостока составляют 22% по этому городу. Из них 55,6% - женщины, 44,4% - мужчины. Общая доля во всей выборке – 11,9%.

Соответствующая группа респондентов в Санкт-Петербурге представлена 29% респондентов этого города. Женщин в данной группе 65%, мужчин – 35%. Доля в общей выборке – 13,2%.

Итоговая структура выборки (в %) приведена в таблице 1.

Таблица 1. Структура выборки исследования

категории респондентов		всего	Санкт-Петербург (45,7%)	Владивосток (54,3%)
род	учащиеся в	74,8	71	78

деятельности	вузах			
	работающие	25,2	29	22
пол	мужчины	45,7	56,5	36,6
	женщины	54,3	43,5	63,4

Таким образом, структура выборки представлена следующими группами респондентов: учащиеся вузов - 74,8% и работающие жители – 25,2%. Доля женщин – 54,3%, мужчин – 45,7%. Выборка по Владивостоку представлена 78% студентов и 22% работающих жителей (63,4% - женщины, 36,6% - мужчины); по Санкт-Петербургу - 71% учащихся вузов и 29% работающих жителей (43,5% - женщины и 56,5% - мужчины). Структура выборок в двух городах имеет примерно одинаковые пропорциональные характеристики, что позволяет проводить сравнительный анализ в рамках исследования патриотизма как психологического феномена в политическом сознании респондентов. При этом соотношение представителей различных групп населения в выборке характеризуется преимущественной представленностью категории молодежи, что является существенным фактом, определяющим возможность обобщения полученных в исследовании выводов главным образом на данную категорию населения.

### 2.3. Методики исследования

*Методики исследования*, включенные в предъявляемый респондентам материал, были организованы в четыре основных раздела:

*1 раздел.* Исследование **личностных особенностей** респондентов с помощью **Фрайбургского многофакторного личностного опросника FPI (форма «В»)** адаптированного для России А. А. Крыловым и Т. И. Рогинским [6] (Приложение 1). Данная методика предназначена для «диагностики состояний и свойств личности, имеющих первостепенное значение в процессе социальной адаптации и регуляции поведения» [6, с. 315]. Опросник включает 114 вопросов, имеющих два варианта ответа: «да» и «нет», и позволяет проводить диагностику личностных

особенностей по двенадцати шкалам: невротичность, спонтанная агрессивность, депрессивность, раздражительность, общительность, уравновешенность, реактивная агрессивность, застенчивость, открытость, экстраверсия-интроверсия, эмоциональная лабильность, маскулинность-феминность [8].

Данная методика была выбрана для исследования характеристик личности в силу своей относительной емкости, простоты восприятия респондентами и подтвержденными многолетним опытом ее применения надежностью и валидностью.

*2 раздел.* Исследование **системы ценностей** респондентов с помощью **Ценностного опросника Ш. Шварца** в российской адаптации В. Н. Карандашева [44] (Приложение 2). Ценностный опросник позволяет изучать систему ценностей и динамику ее изменений как на общественном, групповом уровне (в той или иной культуре) в связи с происходящими изменениями в обществе, так и на индивидуальном - в связи с обстоятельствами жизни [44]. В основу опросника, разработанного в 1992 году, положена теория, согласно которой все ценности могут быть разделены на социальные и индивидуальные. Соответственно, методика состоит из двух частей: первая направлена на изучение ценностей на уровне «нормативных идеалов», «оказывающих ... влияние на всю личность, но не всегда проявляющихся в реальном социальном поведении» [44, с. 35]. Этот список состоит, в свою очередь, из двух частей, включающих всего 57 ценностей, каждую из которых респондентам предложено оценить по шкале от 7 до -1 баллов. Вторая часть опросника представляет собой исследование ценностей на уровне «личностных приоритетов» и включает «40 описаний человека, характеризующих 10 типов ценностей» [44, с. 36]. В данной части применяется шкала от 4 до -1 баллов.

При этом первый исследуемый уровень ценностей Ш. Шварц характеризует как более стабильный, отражающий «представления человека о том, как нужно поступать, определяя тем самым его жизненные принципы поведения» [44, с. 34]. Второй уровень, по мнению Ш. Шварца, является «более зависимым от внешней

среды, например, от группового давления и соотносится с конкретными поступками человека» [44, с. 34].

*3 раздел.* Исследование значимости «патриотических ценностей» как элементов «образа страны» в политическом сознании респондентов проводилось с помощью специально разработанного опросника (Приложение 3). В основу его разработки была положена процедура семантического дифференциала [167], разработанная Ч. Осгудом и коллегами [92]. *Семантический дифференциал*, как «один из способов исследования смысловых образований массового сознания» [108, с. 162], представляется наиболее приемлемой процедурой в рамках настоящего исследования «патриотических ценностей», поскольку позволяет «количественно описать индивидуальное, субъективное отношение испытуемого к каким-либо аспектам его окружения или внутреннего мира» [108, с. 172], исследовать «содержательную картину» отношений личности, в том числе, «к значимым аспектам окружения, к разнообразным социальным ценностям» [108, с. 172] и т. д.

Среди преимуществ метода семантического дифференциала отмечается его «компактность, возможность бланковой работы с большими группами испытуемых, возможность стандартизации результатов» [118, с. 255], а также использования практически любого объекта (ситуации, события и т.д.) «в качестве стимула для оценивания» [118, с. 272].

Процедура семантического дифференциала заключается в оценивании испытуемыми измеряемых объектов [101] «по ряду биполярных градуированных (трех-, пяти-, семибалльных) шкал, полюса которых заданы с помощью вербальных антонимов» [108, с. 163], причем «для шкалированных семантических дифференциалов цифры левее нуля записываются со знаком «минус», правее нуля — как положительные» [118, с. 256].

Результатом применения метода является построение семантического пространства, в стандартном виде задаваемого тремя основными факторами: «оценка», «сила» и «активность» [161]. Однако в настоящее время широко используются также модифицированные, в том числе «усеченные» варианты



семантического дифференциала. В частности, в исследованиях ценностей и ценностных ориентаций нередко процедура оценивания сводится лишь к параметру «оценка» [19], поскольку одним из определяющих аспектов феномена ценностей и ценностных ориентаций выступает значимость.

В рамках настоящего исследования, также, использовался модифицированный вариант семантического дифференциала, включающий лишь параметр «оценка» (поскольку опросник нацелен лишь на изучение значимости «патриотических ценностей», задачи построения многомерного семантического пространства не ставится).

Перечень объектов оценивания в опроснике формировался в два этапа. Во-первых, был произведен анализ источников, содержащих представления о ценностном наполнении объекта патриотического отношения, и выделен ряд конкретных составляющих «образа страны» – собственно «патриотических ценностей». Во-вторых, на кафедре политической психологии СПбГУ проведено индивидуальное и коллективное экспертное оценивание, в результате которого изначальный набор «патриотических ценностей» был сокращен до двенадцати элементов (подробнее процедура формирования опросника описана выше, в п. 1.5.2).

Таким образом, в итоговом варианте опросник включает двенадцать «патриотических ценностей» - составляющих структуры «образа страны», соответствующих ряду аспектов российской действительности. Процедура исследования предполагала оценивание испытуемыми каждого элемента в списке исходя из степени его субъективной значимости. Шкала приведена в таблице 2.

Таблица 2. Градация оценок в опроснике значимости «патриотических ценностей»

3	Очень значима
2	Значима
1	Умеренно значима
0	Нейтральна
-1	Умеренно незначима

-2	Незначима
-3	Абсолютно незначима

Данный опросник дает возможность получить данные о значимости «патриотических ценностей» в политическом сознании респондентов: о степени их потенциальной значимости, на основании чего становится возможным исследование структуры «образа страны».

Подчеркнем, что опросник позволяет исследовать именно *потенциальную* значимость некоторых аспектов российской действительности для респондентов – относительно к их «патриотическому отношению» (в противоположность *актуальным* «патриотическим ценностям», являющимся объектом собственно положительного ценностного патриотического отношения респондентов).

В виду подобных характеристик получаемых с помощью опросника результатов, уместным представляется сопоставление потенциальной и актуальной представленности «патриотических ценностей» в структуре «образа страны» в политическом сознании респондентов (описано ниже).

*4 раздел.* Респондентам также было предложено ответить на вопросы специально созданной анкеты (Приложение 4), позволяющей собрать демографическую информацию, а также исследовать особенности понимания патриотизма респондентами и их отношения к феномену. Анкета состоит из ряда закрытых и открытых вопросов: во-первых, закрытый вопрос, предполагающий согласие либо несогласие с утверждением: «Я считаю себя патриотом своей страны (России)». Данный пункт анкеты ориентирован на сбор информации, позволяющей исследовать субъективную, декларируемую идентификацию себя как «патриота» либо «не патриота» и позволяет исследовать связь данного свойства с личностными, ценностными характеристиками респондентов, и с другими переменными.

Во-вторых, в целях выявления отношения респондентов к патриотизму, а также их представления об отношении к феномену, существующему в современном российском обществе, в анкету были включены два вопроса: «С

*Вашей точки зрения, какое отношение к патриотизму сегодня в российском обществе?»* и *«Каково Ваше личное отношение к патриотизму?»*, предполагающие три варианта ответа: «*позитивное*», «*негативное*», «*нейтральное*». Включение данных вопросов в анкету позволяет исследовать связь патриотической ориентированности респондентов с характером восприятия ими феномена, а также дает возможность обнаружить, является ли патриотизм позитивной ценностью и социально одобряемым феноменом в представлении респондентов.

В-третьих, исходя из потенциальных различий в смысловом наполнении понятия «патриотизм» и с целью достижения возможности учитывать данные расхождения в анализе, в анкету был включен открытый вопрос: *«Что такое патриотизм в Вашем понимании?»*. Данные, полученные в результате ответов респондентов на данный вопрос, выступают в качестве материала, на котором может быть проведено контент-аналитическое исследование психологических аспектов патриотизма как политической ценностной ориентации в политическом сознании респондентов, на уровне его объекта («*образа страны*») и «*патриотического отношения*».

И в-четвертых, в анкету был включен ряд вопросов о демографических данных респондентов: предлагалось указать свой *возраст, пол, род деятельности, место проживания*. Подобные данные позволяют сопоставить патриотическую ориентированность с возрастными, гендерными, территориальными характеристиками, а также с родом деятельности респондентов.

#### **2.4. Этапы и способы обработки данных**

Обработка данных исследования осуществлялась в несколько последовательных этапов. На **подготовительном этапе** производилась *кодировка данных*. Первичные данные, полученные с помощью личностного теста FPI и ценностного опросника Ш. Шварца, были подсчитаны в соответствии с

правилами, предполагающимися данными методиками, и переведены в метрические шкалы. Оценки респондентов по опроснику значимости «патриотических ценностей» закодированы в числовых шкалах, ответы на закрытые вопросы анкеты – в номинальных. Характеристики распределений для всех полученных переменных представлены в Приложении 5.

На **первом этапе** обработка первичных данных проводилась с применением частотного и контент-анализа, а также корреляционного анализа (параметрический критерий *t*-Стьюдента) – для исследования связей числовых переменных. Для исследования связей между номинальными переменными использовался непараметрический статистический критерий  $\chi^2$ -Пирсона (для анализа классификаций номинативных признаков и анализа таблиц сопряженности 2×2). На данном этапе расчеты производились в программе IBM SPSS Statistics 21.

**Во-первых**, проанализировано распределение респондентов по бинарной переменной, полученной в результате их согласия либо несогласия с утверждением: «Я считаю себя патриотом своей страны (России)». Связь данной переменной с другими признаками (бинарными переменными, полученными на первом этапе обработки данных) исследовалась с помощью статистического критерия  $\chi^2$ -Пирсона.

Кроме этого, исследовано распределение ответов респондентов на вопросы о господствующем, с их точки зрения, отношении к патриотизму в современном российском обществе, и об их собственном отношении к феномену. Переменные закодированы в номинальных шкалах, с помощью критерия  $\chi^2$ -Пирсона исследована их связь с декларируемой патриотической ориентированностью респондентов, что позволяет проверить *гипотезу № 1 – о связи патриотической ориентированности респондентов с их положительным отношением к патриотизму.*

**Во-вторых**, было проанализировано распределение оценок респондентов по опроснику значимости «патриотических ценностей», проведено сравнительное

исследование распределения оценок респондентов в двух городах с помощью критерия  $t$ -Стьюдента для независимых выборок, позволяющего проверить гипотезу о равенстве средних значений.

**В-третьих,** проведено поисковое контент-аналитическое исследование ответов респондентов на открытый вопрос: «Что такое патриотизм в Вашем понимании?», направленное на изучение актуальной представленности «патриотических ценностей» в их политическом сознании (в отличие от их потенциальной значимости, исследованной с помощью опросника значимости «патриотических ценностей»).

Ценность результатов контент-аналитического исследования ответов респондентов заключается в том, что специально задачи охарактеризовать объект патриотического отношения перед испытуемыми не ставилось. Однако в своих определениях патриотизма они так или иначе его характеризовали, следовательно, данные контент-аналитического исследования можно считать в большей степени свободными от эффектов «социальной желательности» (по сравнению с данными опросника «патриотических ценностей» и с ответами на закрытые вопросы).

Выявленные актуальные «патриотические ценности» были сопоставлены с данными об их потенциальной значимости (полученными с помощью опросника значимости «патриотических ценностей»).

**В-четвертых,** также с помощью поискового контент-аналитического исследования ответов респондентов на вопрос об их понимании патриотизма, было изучено представление испытуемых о различных аспектах проявления «патриотического отношения» (на уровне различных сфер личности). В основу исследования особенностей «патриотического отношения» в понимании респондентов было положено представление о существовании четырех уровней проявления такого отношения, рассмотренное на этапе теоретического анализа. Однако в целях выявления дополнительных аспектов «патриотического отношения», которые могли быть не учтены на уровне теоретического анализа, применялся именно **поисковый контент-анализ, предполагающий поиск**

смысловых единиц – слов-индикаторов для каждого из возможных уровней проявления «патриотического отношения».

Процедура подсчета в обоих случаях применения контент-анализа подразумевала обнаружение наличия либо отсутствия индикатора той или иной категории, то есть, в результате были получены номинальные (бинарные) шкалы для каждой из категорий.

Данный анализа позволил проверить *гипотезу №3 – о существовании различий в понимании «патриотического отношения» жителями Санкт-Петербурга и Владивостока.*

На **втором этапе** обработки данных осуществлялся статистический анализ, подразумевавший несколько последовательных шагов:

1. В целях выявления структуры «образа страны» в политическом сознании респондентов, данные, полученные с помощью опросника значимости «патриотических ценностей», были подвергнуты факторно-аналитическому исследованию.

2. Для сокращения количества переменных, полученных с помощью методики FPI и ценностного опросника Ш. Шварца, также было осуществлено факторно-аналитическое исследование. Факторизация проводилась в два этапа: во-первых, сокращалось количество переменных, полученных с помощью теста FPI, во-вторых – переменных ценностного опросника Ш. Шварца. Поскольку ценностный опросник состоит двух частей, факторный анализ для данной методики также подразумевал две стадии обработки.

3. Полученные в результате факторизации «патриотических ценностей» переменные (факторы) были сопоставлены с переменной, соответствующей декларируемой патриотической ориентированность респондентов. В данном случае сравнение числовых и номинальных переменных производилось с помощью точечного бисериального коэффициента корреляции  $r_{pb}$  (расчет производился в программе Microsoft Excel 2010).

Таким образом, *гипотеза № 2 - о существовании различий в представленности «патриотических ценностей» в структуре «образа страны»*

как объекта патриотического отношения жителей Санкт-Петербурга и Владивостока, проверялась на основании совокупных данных, полученных в ходе контент-аналитического исследования «патриотических ценностей», исследования их потенциальной значимости с помощью опросника, а также факторно-аналитического и корреляционного исследования.

4. Для проверки гипотезы № 4 - о связи патриотической ориентированности респондентов (бинарная переменная, полученная в результате ответов респондентов на вопрос: «Считаете ли Вы себя патриотом своей страны (России)?») с их личностными качествами (переменные, соответствующие факторам теста FPI) и характеристиками ценностной сферы (переменные, соответствующие двум частям ценностного опросника Ш. Шварца), применялась процедура логит-регрессии. **Метод логистического регрессионного анализа** был выбран как наиболее оптимальный для исследования влияния количественных и категориальных переменных-предикторов на зависимую номинальную (дихотомическую) переменную.

Кроме того, в качестве предикторов в модель были включены переменные, соответствующие демографическим данным респондентов («возраст», «пол»). В результате была построена формальная модель, позволяющая прогнозировать значения зависимой переменной – «декларируемой патриотической ориентированности» по значениям обозначенных предикторов.

Описанная выборка и методология исследования патриотизма как политической ценностной ориентации в политическом сознании жителей Санкт-Петербурга и Владивостока, включающая использование качественных и количественных методов, примененных на разных этапах обработки данных, позволяют проверить гипотезы исследования.

### ГЛАВА 3. ОБРАБОТКА И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

#### 3.1. Патриотизм как политическая ценностная ориентация в политическом сознании жителей Санкт-Петербурга и Владивостока

В ходе первичной обработки данных были исследованы ответы респондентов на вопрос: «Считаете ли Вы себя патриотом своей страны (России)?». Исследование проводилось посредством частотного анализа, а также с использованием непараметрического критерия  $\chi^2$ -Пирсона (для анализа классификаций номинативных признаков и анализа таблиц сопряженности 2×2).

В результате, во-первых, выявлено достоверно большее количество респондентов, считающих себя патриотами, по сравнению с теми, которые не считают себя таковыми ( $\chi^2 = 14,629$ ;  $p < 0,001$ ). Данное утверждение справедливо также для отдельно взятых распределений по Санкт-Петербургу ( $\chi^2 = 4,188$ ;  $p < 0,01$ ) и Владивостоку ( $\chi^2 = 10,976$ ;  $p < 0,001$ ). Процентные доли для групп респондентов, считающих и не считающих себя патриотами, приведены в Таблице 3. При этом соотношения «патриотов» и «не патриотов» в двух городах статистически не различаются ( $\chi^2 = 0,589$ ;  $p > 0,1$ ).

Таблица 3. Согласие/несогласие респондентов с утверждением: «Я считаю себя патриотом своей страны (России)» (в процентном отношении)

Считают себя патриотами своей страны (России)	всего	Санкт-Петербург	Владивосток
да	65,6	62,3	68,3
нет	34,4	37,7	31,7

Как видно из таблицы, в Санкт-Петербурге считают себя патриотами 62,3% (37,7% - не считают). Во Владивостоке декларируют собственную



патриотическую ориентированность 68,3% респондентов против 31,7%, давших отрицательный ответ. Соотношение ответов на вопрос о патриотической ориентированности опрошенных приведено на рисунке 1.

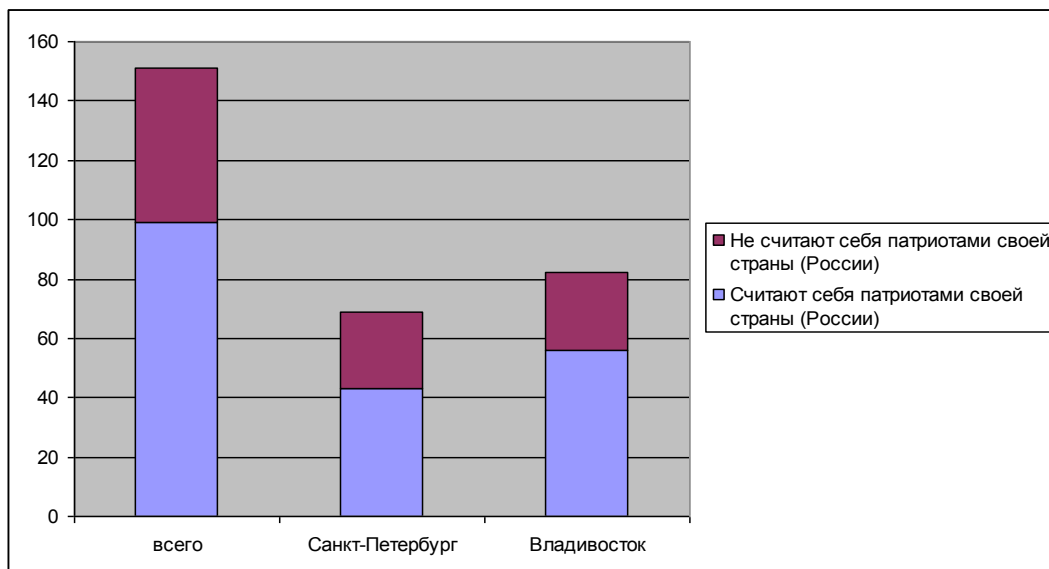


Рисунок 1 Сравнительная декларируемая патриотическая ориентированность респондентов в Санкт-Петербурге и Владивостоке

Анализ ответов респондентов на вопросы: «С Вашей точки зрения, какое отношение к патриотизму сегодня в российском обществе?» и «Каково Ваше личное отношение к патриотизму?» показал, что позитивно относятся к патриотизму 53,6% респондентов, негативно – 28,5%, нейтрально – 17,9% (Рисунок 2).

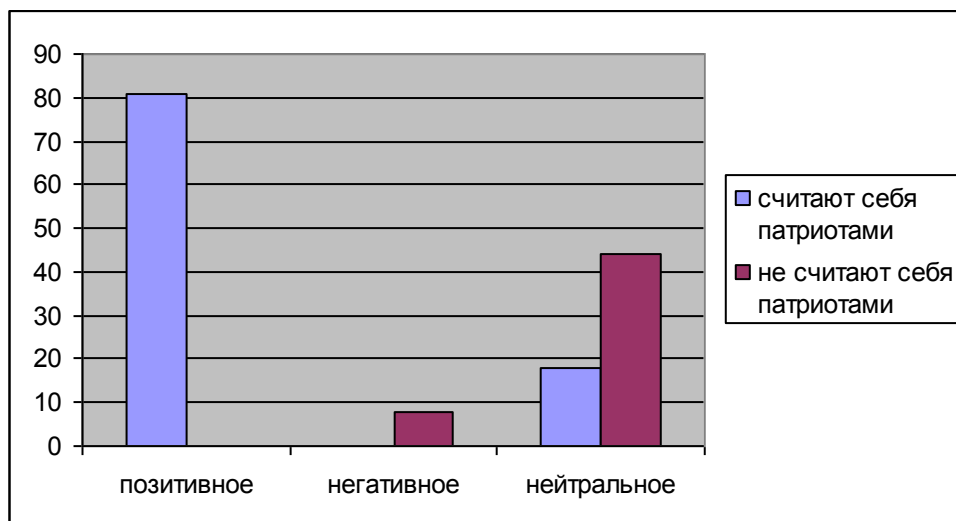


Рисунок 2 Отношение к патриотизму в группах респондентов, считающих и не считающих себя патриотами

В то же время 49,7% респондентов считают, что отношение к патриотизму в стране положительное, 34,4% расценивают его как негативное и 15,9% - как нейтральное (Рисунок 3).

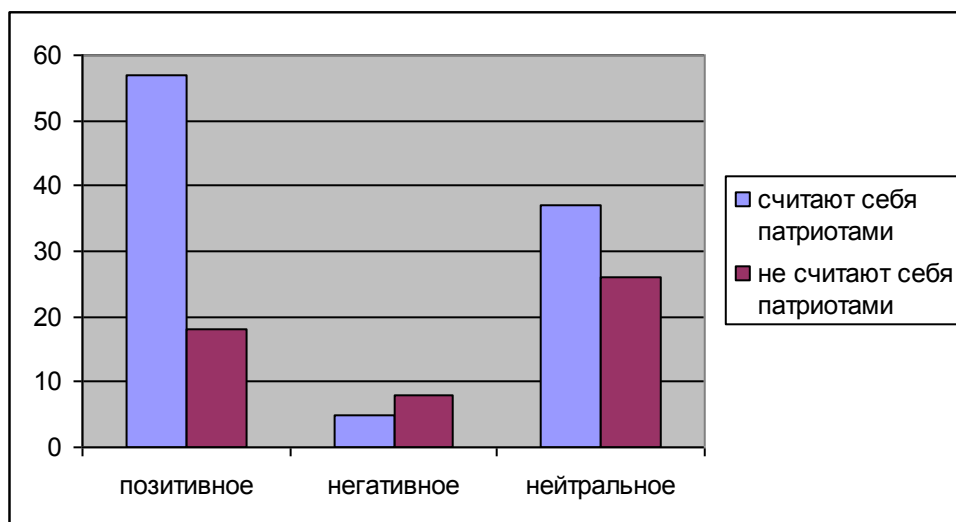


Рисунок 3 Отношение к патриотизму в современном российском обществе с точки зрения респондентов, считающих и не считающих себя патриотами

Статистическая проверка показала, что респонденты, называющие себя патриотами, чаще относятся к патриотизму положительно ( $\chi^2 = 91,777$ ;  $p < 0,001$ ),

что подтверждается в отдельно взятых выборках по Санкт-Петербургу ( $\chi^2 = 45,514$ ;  $\rho < 0,001$ ), и Владивостоку ( $\chi^2 = 46,303$ ;  $\rho < 0,001$ ).

При этом лица, не считающие себя патриотами, чаще декларируют собственное негативное отношение к феномену ( $\chi^2 = 16,083$ ;  $\rho < 0,001$ ), что справедливо для выборки по Санкт-Петербургу ( $\chi^2 = 10,868$ ;  $\rho < 0,001$ ), но не подтверждается на группе владивостокских респондентов ( $\chi^2 = 4,415$ ;  $\rho < 0,1$ ).

Кроме того, респонденты, называющие себя патриотами, чаще считают, что патриотизм положительно воспринимается в стране ( $\chi^2 = 7,189$ ;  $\rho < 0,01$ ), что справедливо для выборки по Владивостоку ( $\chi^2 = 9,409$ ;  $\rho < 0,01$ ), но не подтверждается в Санкт-Петербурге ( $\chi^2 = 0,722$ ;  $\rho > 0,1$ ).

На уровне статистической тенденции достоверно утверждение, что в большей степени «не патриоты» склонны считать отношение к патриотизму в стране негативным ( $\chi^2 = 4,627$ ;  $\rho < 0,05$ ), однако, данная тенденция не подтверждается на отдельно взятых группах опрошенных петербуржцев ( $\chi^2 = 2,351$ ;  $\rho > 0,1$ ), и владивостокцев ( $\chi^2 = 2,287$ ;  $\rho > 0,1$ ).

Таким образом, полученные в ходе обработки данные позволяют сделать некоторые выводы о представленности и характере патриотизма как политической ценностной ориентации в политическом сознании респондентов Санкт-Петербурга и Владивостока.

Во-первых, было выявлено достоверное преобладание количества респондентов, дающих положительный ответ на вопрос о том, считают ли они себя патриотами своей страны (России), справедливое как для опрошенных в Санкт-Петербурге, так и для владивостокских респондентов, причем на высоком уровне статистической значимости. Полученный результат можно считать согласующимся с данными федеральных статистических исследований, в которых доля «патриотов» является на протяжении последних лет преобладающей над «не патриотами» в генеральной совокупности [119]. Кроме этого, проводимые исследования патриотизма как ценности представителей различных городов России фиксируют данную тенденцию [12, 70, 93, 117]. Недавнее исследование

старшеклассников, проведенное Т. В. Анисимовой и П. А. Бычковым, также обнаружило, что «лишь немногие из опрошенных (0,6%) недовольны тем, что живут в России» [5, с. 67].

Выявленное отсутствие значимых различий в соотношении долей «патриотов» и «не патриотов» в двух исследованных городах может служить одним из доказательств в пользу универсальности подобной тенденции в границах России.

Обнаруженное преобладание положительного отношения к патриотизму по сравнению с отрицательным и нейтральным может служить доказательством *существования патриотизма в качестве положительной ценности / ценностной ориентации в политическом сознании респондентов.*

Кроме того, в ответах участников исследования доминирует представление о существовании положительного отношения к патриотизму в современном российском обществе. Данный факт позволяет предполагать, что *патриотизм воспринимается респондентами преимущественно как социально одобряемый феномен.*

Тенденция к положительному оцениванию патриотизма лицами, утверждающими собственную патриотическую ориентированность, а также к негативному оцениванию феномена лицами, не считающими себя патриотами, представляется закономерной и свидетельствует об отсутствии внутренней противоречивости полученных ответов. При этом опрошенные владивостокцы, не считающие себя патриотами, не склонны оценивать патриотизм более негативно (по сравнению с владивостокскими «не патриотами»), что может говорить об их большей объективности либо терпимости в отношении феномена.

Согласно полученным данным, лица, называющие себя патриотами, в целом чаще считают, что патриотизм положительно воспринимается в стране, в то время как «не патриоты» более склонны считать, что отношение к патриотизму в стране негативное. Таким образом, можно предполагать некоторую долю конформизма респондентов, декларирующих как собственную патриотическую ориентированность (что в меньшей степени может считаться характеристикой

петербургских «патриотов»), так и ее отсутствие; либо, напротив, склонность к суждению о восприятии феномена другими людьми исходя из собственного к нему отношения.

Таким образом, *подтверждается дополнительная гипотеза № 1 - о связи декларируемой патриотической ориентированности респондентов с их положительным отношением к патриотизму, а также с восприятием ими отношения к патриотизму в современном российском обществе как положительного.*

Обнаруженное преобладание доли лиц, считающих себя патриотами России и декларирующих положительное отношение к патриотизму, может быть интерпретировано как проявление различных тенденций, в том числе, тяготения к социально-желательным ответам, однако, подтверждение выявленного факта в подавляющем большинстве проводимых исследований может указывать на действительную склонность россиян (и российской молодежи – в частности) к патриотической ориентированности, что можно расценивать как следствие проводимой государственной политики, характеристик информационного пространства и других факторов.

### **3.2. Сравнительная значимость «патриотических ценностей» для жителей Санкт-Петербурга и Владивостока**

Исследование «патриотических ценностей» на данном этапе производилось в ходе анализа данных, полученных с помощью опросника «патриотических ценностей». В первую очередь, было проанализировано распределение оценок, данных респондентами: путем упорядочивания средних оценок по каждой из потенциальных «патриотических ценностей», включенных в опросник, была получена иерархия их значимости для респондентов, приведенная в таблице 4.

Таблица 4. Средние оценки значимости потенциальных «патриотических ценностей» (в порядке убывания)

№	«патриотические ценности»	средние значения
1	русский язык и литература	1,86
2	культура России (традиции, искусство)	1,41
3	природа России (размеры страны, климат)	1,41
4	положение России на международной арене	1,40
5	вооруженные силы России	1,37
6	история России (памятные события, личности)	1,29
7	российская наука	1,22
8	«малая родина» (свой регион, город)	1,10
9	народ России (национальный характер, менталитет)	1,06
10	российская экономика (отечественные товары, производители, компании)	0,82
11	спортивные достижения России	0,65
12	власть (политический режим, структуры государственного управления)	0,61

Иерархии потенциальных «патриотических ценностей», составленные отдельно для респондентов Санкт-Петербурга и Владивостока, представлены в таблицах 5 и 6 соответственно.

Таблица 5. Средние оценки значимости потенциальных «патриотических ценностей» в Санкт-Петербурге (в порядке убывания)

№	«патриотические ценности»	средние значения
1	русский язык и литература	1,97
2	положение России на международной арене	1,43
3	культура России (традиции, искусство)	1,41
4	природа России (размеры страны, климат)	1,32
5	российская наука	1,32
6	история России (памятные события, личности)	1,28
7	вооруженные силы России	1,15
8	народ России (национальный характер, менталитет)	0,88
9	«малая родина» (свой регион, город)	0,81
10	власть (политический режим, структуры государственного управления)	0,50
11	российская экономика (отечественные товары, производители, компании)	0,41
12	спортивные достижения России	0,12

Таблица 6. Средние оценки значимости потенциальных «патриотических ценностей» во Владивостоке (в порядке убывания)

№	«патриотические ценности»	средние значения
1	русский язык и литература	1,77

2	вооруженные силы России	1,57
3	природа России (размеры страны, климат)	1,49
4	культура России (традиции, искусство)	1,42
5	положение России на международной арене	1,38
6	«малая родина» (свой регион, город)	1,35
7	история России (памятные события, личности)	1,30
8	народ России (национальный характер, менталитет)	1,22
9	российская экономика (отечественные товары, производители, компании)	1,18
10	российская наука	1,13
11	спортивные достижения России	1,11
12	власть (политический режим, структуры государственного управления)	0,71

Визуально соотношение оценок респондентов в двух городах представлено на рисунке 4.

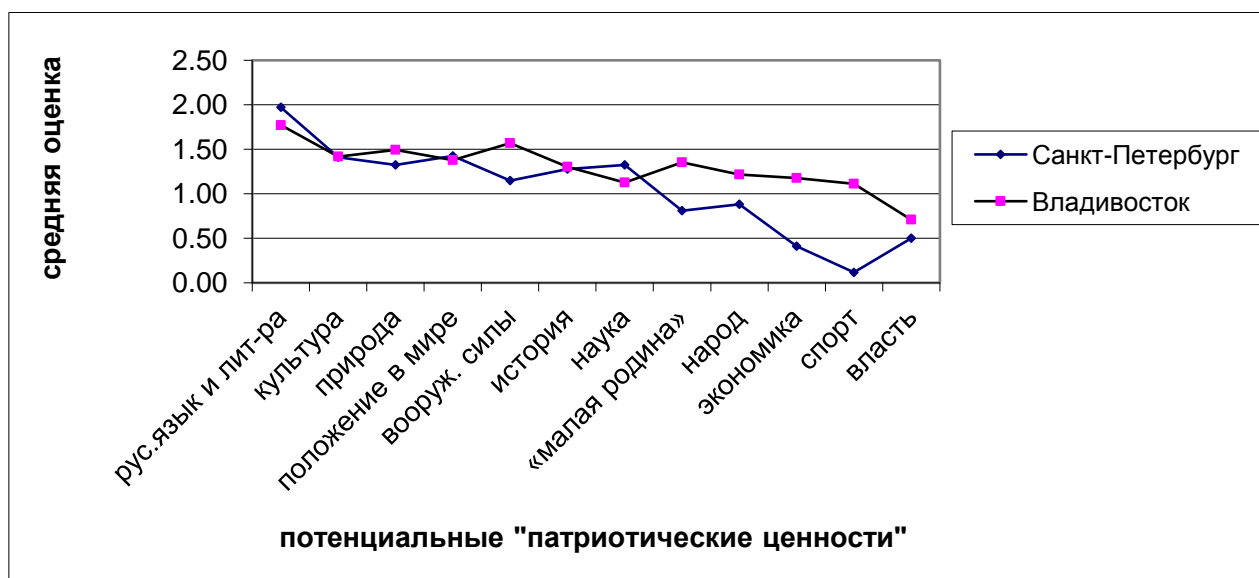


Рисунок 4 Значимость потенциальных «патриотических ценностей» для респондентов Санкт-Петербурга и Владивостока

Таким образом, наиболее важными для респондентов аспектами российской действительности - потенциальными «патриотическими ценностями» в структуре «образа страны», можно считать русский язык, культуру и природу, в то время как власть и спортивные достижения являются наименее значимыми. Причем данное соотношение можно считать характерным как для выборки в целом, так и для представителей Санкт-Петербурга и Владивостока в отдельности.

Полученные данные согласуются с результатами проводимых исследований политических ценностей молодежи, обнаруживающих, что «общественно-политическая сфера является наименее значимой для современной молодежи» [113, с. 129], фиксирующих «безразличие и недоверие современной молодежи к представителям власти» [12, с. 211]. Кроме этого, отмечается происходящее «в массовом сознании ... размежевание образа страны как таковой и образа государства» при положительном восприятии первого и негативном – второго [93, с. 119]. Таким образом, выявленная малая значимость ценности «власти» для респондентов подтверждает существующие данные.

Примечательны результаты исследования, проведенного Т. Н. Пищевой, Н. С. Виноградовой и А. Д. Недовой, позволившие авторам заключить, что респондентами «на рациональном уровне позитивно оценивается русская история, культурные ... достижения» [93, с. 119], что подтверждает выявленную нами высокую значимость ценностей культуры и позволяет считать эту тенденцию относительно универсальной. Кроме этого, исследователи обнаружили, что «природа, национальная культура и научные достижения» выступают в качестве «позитивных характеристик» не только на рациональном, но и «на бессознательном уровне восприятия образа России» [93, с. 119].

Далее распределения оценок респондентов в двух городах были сопоставлены с помощью параметрического критерия *t*-Стьюдента. Данный критерий был использован в силу его способности сравнить две независимые выборки и «проверить гипотезу о том, что средние значения двух генеральных совокупностей, из которых извлечены независимые выборки, отличаются друг от друга» [73, с. 165].

Как следует из полученной таблицы значений (Приложение б), для переменных «малая Родина» и «спортивные достижения России» *p*-уровень критерия Ливиня принимает значение, меньшее 0,05, следовательно, дисперсии распределений по данным признакам статистически достоверно различаются, что обуславливает выбор *t*-критерия, для которого не предполагается равенство дисперсий (для дальнейшей интерпретации результатов по данным переменным).



В ходе дальнейшего анализа статистически значимых различий по переменной «малая Родина» обнаружено не было ( $p$ -уровень значимости  $t$ -критерия  $>0,05$ ), однако, при сравнении средних значений по таким потенциальным «патриотическим ценностям», как «российская экономика» и «спортивные достижения России», выявлены статистически значимые различия: данные аспекты российской действительности оцениваются как более значимые респондентами из Владивостока по сравнению с опрошенными петербуржцами ( $t = -2,512$ ;  $p=0,013$  и  $t = -3,047$ ,  $p = 0,003$  соответственно).

Поскольку  $p$ -уровень значимости  $t$ -критерия (для равных дисперсий) для остальных переменных принимает величину большую, чем  $0,05$ , различия между соответствующими выборками нельзя считать статистически значимыми, то есть, средние оценки остальных потенциальных «патриотических ценностей» в Санкт-Петербурге и Владивостоке статистически не различаются.

Таким образом, можно говорить об относительной однородности предпочтений респондентов двух городов в отношении оцениваемых аспектов российской действительности, соответствующих потенциальным «патриотическим ценностям», за исключением российской экономики и спортивных достижений, которые оказываются более значимыми для владивостокцев.

Выявленная тенденция может свидетельствовать о том, что для жителей Владивостока экономическое состояние страны и спортивные достижения являются более насущными аспектами современной действительности, что может быть обусловлено, в том числе, желанием их лучшего состояния, либо актуальностью данной темы (в частности, актуальность экономической проблематики, вероятно, может быть связана с предшествующим проведением саммита АТЭС во Владивостоке (в 2012 г.), показавшем возможность экономического развития в регионе [111], а также подготовкой к созданию территорий опережающего развития на Дальнем Востоке в 2014-2015 гг. [80]).

Хотя данные потенциальные «патриотические ценности» находятся на нижних ступенях иерархий в обоих городах, что дает основание считать выявленную тенденцию незначительной, в целом, исходя из полученного факта, можно предполагать, что для владивостокцев сравнительно более перспективным является направление развития патриотизма в области экономики и спортивных достижений (то есть, путем развития данных аспектов российской действительности как «патриотических ценностей» в политическом сознании жителей).

В целом, по результатам анализа данных, полученных с помощью опросника, можно предположить, что наибольшей потенциальной значимостью для опрошенных россиян являются «культурные» (в обобщенном смысле: «язык и литература», «природа», «культура») аспекты российской действительности, то есть, потенциальные «патриотические ценности», не имеющие выраженной политической коннотации, в противоположность собственно «политическим» («власть», «экономика»), оказывающимся наименее значимыми.

Выявленная тенденция, обнаруживающая первостепенную значимость национальных «культурных» ценностей для россиян, может косвенно свидетельствовать о развитии / развитости национального самосознания, национальной (само-) идентификации, и возможно – о существовании некоторых консервативных тенденций. Кроме этого, данный факт может говорить о том, что в сравнении с культурным наследием прочие аспекты российской действительности в определенной степени представляются респондентам малозначимыми.

Таким образом, потенциально наиболее перспективным в современной России можно предполагать «культурный» вектор развития патриотизма (в противоположность «государственному»), подразумевающий первостепенную значимость «культурных» ценностей в психологической структуре «образа страны» россиян.

### 3.2.1. Актуальная представленность «патриотических ценностей» в политическом сознании жителей Санкт-Петербурга и Владивостока

Поскольку исследованные на предшествующем этапе «патриотические ценности» имеют характер потенциальных (взятых абстрагировано от конкретного патриотического отношения респондентов), не позволяя судить об их актуальной представленности в политическом сознании респондентов, представляется необходимым их сопоставление с актуальными «патриотическими ценностями» - аспектами «образа страны» как объекта патриотического отношения респондентов.

Для этой цели было проведено поисковое контент-аналитическое исследование на материале ответов респондентов на открытый вопрос о том, что в их понимании значит патриотизм.

Поисковый контент-анализ позволил выделить ряд смысловых единиц, которые могут быть рассмотрены в качестве актуальных «патриотических ценностей» в политическом сознании респондентов, поскольку упоминаются ими в определениях патриотизма, то есть, в качестве объекта собственно патриотического отношения (в противоположность данным, полученным с помощью опросника, где «патриотические ценности» были оценены респондентами безотносительно к патриотизму).

Категории, соответствующие выявленным актуальным «патриотическим ценностям», вошедшие в них смысловые единицы и количество упоминаний в ответах респондентов, приведены в Таблице 7.

Таблица 7. Актуальные «патриотические ценности» в политическом сознании респондентов (в порядке убывания числа наблюдений)

№	«патриотические ценности»	смысловые единицы	количество упоминаний
1	интегральное понимание	«страна», «Родина», «Отечество», «Отчизна»	96

2	народ России	«общество», «народ», «люди», «население»	25
3	культура России	«культура и традиции», «культурное наследие»	22
4	власть	«государство», «власть», «правительство», «законы»	9
5	история России	«история», «историческое наследие», «память»	8
6	природа России	«территория», «земля», «природа»	5
7	вооруженные силы России	«служить своей Родине», «защищать свою Родину любой ценой»	5
8	русский язык и литература	«язык своей страны», «наш язык», «свой язык»	4
9	«малая родина»	«малая родина», «регион», «то место, где ты родился»	3
10	положение России на международной арене	«...на международной арене», «положение страны», «суверенитет»	3
11	российская экономика	«экономическое развитие»	1
12	спортивные достижения России	«болеть только за наших»	1

Как видно из таблицы, контент-аналитическое исследование позволило обнаружить двенадцать категорий актуальных «патриотических ценностей». Наибольшими частотами упоминаний соответствующих смысловых единиц характеризуются такие ценностные аспекты российской действительности, как «культура» и «народ». Наименьшим – «малая родина», «положение России на международной арене», «спортивные достижения». Категории «власть», «история России», «природа России», «вооруженные силы России», «русский язык и литература» занимают промежуточное положение, характеризуясь относительно небольшим количеством наблюдений.

Таким образом, актуальный набор «патриотических ценностей» как элементов «образа страны» в политическом сознании респондентов позволяет предполагать, что патриотизм связывается ими преимущественно с такими ценностями, как «народ» и «культура», то есть, конкретный объект патриотического отношения опрошенных – это, прежде всего, население (сограждане) и культурное наследие страны.

При этом «спортивные достижения», «российская экономика», «положение России на международной арене» и «малая родина» оказываются наименее

актуальными «патриотическими ценностями» для опрошенных, что может указывать, во-первых, на относительно малую ценность спортивных, экономических и геополитических успехов страны для респондентов, и во-вторых – на превалирование «общероссийского» патриотизма над его «местными» формами. Таким образом, можно предполагать, что «образ страны» респондентов ассоциирован преимущественно с более широкими категориями (со страной в целом), нежели чем с образом своей «малой родины».

В целом результаты, полученные на данном этапе исследования, позволяют сделать некоторые выводы о характере «образа страны» респондентов. С одной стороны, обнаружен довольно широкий набор категорий, соответствующих «патриотическим ценностям» в «образе страны», что позволяет предполагать его внутреннее многообразие, подчеркиваемое в некоторых проводимых исследованиях [70, 93]. С другой стороны, наибольшим количеством наблюдений, по результатам проведенного контент-анализа, характеризуется лишь несколько «патриотических ценностей», соответствующих аспектам российской действительности, в то время как большая часть категорий встречается гораздо реже, что может свидетельствовать скорее об упрощенности восприятия проблемы респондентами. Указание на «когнитивную простоту и бедность, ... стереотипность» представлений о стране в политическом сознании молодежи [113, с. 136] также находит подтверждение в существующих исследованиях. По мнению А. В. Селезневой, «множественные клише», содержащиеся в политических представлениях молодых людей, «в значительной мере отражают транслируемые средствами массовой информации официальные идеологические штампы» [113, с. 136].

Полученные результаты позволяют проанализировать соотношение потенциальных и актуальных «патриотических ценностей» в структуре «образа страны». В целом категории, выделенные с помощью контент-аналитического исследования, практически полностью совпадают с теми, которые были включены в опросник «патриотических ценностей», подтверждая, таким образом,

достаточную полноту охвата аспектов российской действительности двенадцатью категориями.

Однако смысловых единиц, соответствующих категории «российская наука», в контент-аналитическом исследовании не было обнаружено, следовательно, данную потенциальную «патриотическую ценность» можно считать неактуальной для респондентов.

Кроме этого, помимо двенадцати «патриотических ценностей», совпавших с включенными в опросник, обнаружена также категория, соответствующая «интегральному» пониманию объекта патриотического отношения, характеризующаяся наибольшей частотой встречаемости. Смысловые единицы данной категории не конкретизируют ценностное наполнение «образа страны», но выражают его обобщенное понимание: «страна», «Родина», «Отечество», в противоположность отдельным аспектам «страны», «Родины», «Отечества» и т. д.

Распространенность обобщенных категорий в понимании «образа страны» и патриотизма россиянами обнаруживается во многих проводимых исследованиях. Так, по результатам Всероссийского социологического мониторинга взрослого населения страны, «любовь к Родине» характеризуется как «наиболее распространенное смысловое клише в массовом сознании и пропаганде» [60, с. 69]. Исследование Т. Н. Пищевой, Н. С. Виноградовой и А. Д. Недовой также выявило, что «наиболее общие характеристики России, которые встречались в ответах респондентов всех групп и регионов – это представления о России как о Родине» [93, с. 114]. Как отмечают исследователи, «такие ассоциации носили наиболее поверхностный характер» [93, с. 114]. Таким образом, полученные нами результаты согласуются с данными проводимых исследований и подтверждают тенденцию к некоторой упрощенности восприятия «образа страны» россиянами.

Визуально соотношение значимости потенциальных и актуальных «патриотических ценностей» в политическом сознании респондентов представлено на рисунке 5.

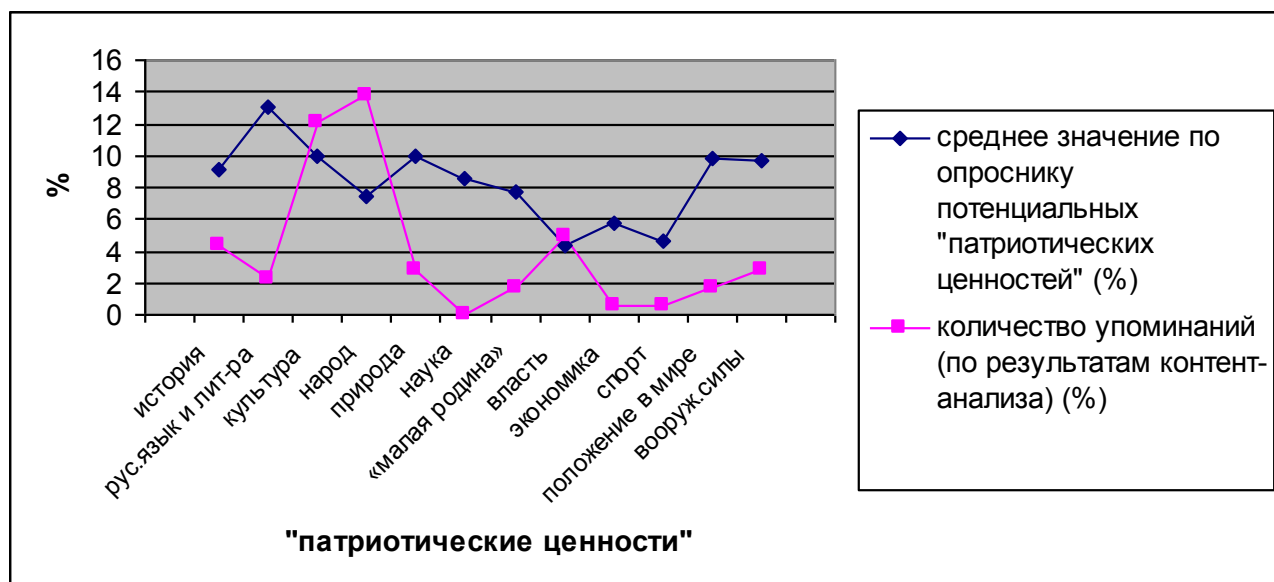


Рисунок 5 Сравнительная значимость потенциальных и актуальных «патриотических ценностей» в политическом сознании респондентов

Как видно на рисунке, наблюдается большое рассогласование между потенциально значимыми для респондентов аспектами российской действительности и актуальными «патриотическими ценностями». Можно говорить о согласованности лишь для двух ценностных категорий: «культуры», характеризующейся высокой значимостью как в качестве потенциальной, так и в качестве актуальной «патриотической ценности», и «власти» - малозначимой как потенциально, так и актуально.

В большинстве, остальные аспекты российской действительности характеризуются большей потенциальной важностью для респондентов и меньшей актуализацией в их политическом сознании. Данная тенденция может свидетельствовать о несоответствии желаемого состояния данных аспектов российской действительности – реальному, вследствие чего они не могут служить для респондентов действительными основаниями патриотизма – ценностным наполнением объекта патриотического отношения.

Однако по такой ценности, как «народ», наблюдается, напротив, частое его упоминание как актуальной «патриотической ценности», притом, что в качестве потенциальной ценности данная категория оказывается мало важной. То есть,

оценивая данный аспект абстрагированно от патриотического отношения (в ряду других «патриотических ценностей»), респонденты указывают на его малую значимость, однако, чаще всего именно «народ» упоминается ими как актуальный объект патриотического отношения. Исследователи политических ценностей россиян также отмечают, что «с российским народом и особенностями его менталитета» связаны наиболее «амбивалентные, а чаще противоречивые представления» респондентов [93, с. 119]. Выявленное несоответствие может говорить о том, что, не постулируя данную ценность как важную характеристику России, именно ее респонденты более всего ценят и именно она является одним из центральных аспектов объекта их патриотизма (наряду с «культурой»).

Таким образом, проведенное сопоставление потенциально- и актуально-значимых «патриотических ценностей» позволяет сделать некоторые выводы. Во-первых, исследование показало достаточное совпадение перечня «патриотических ценностей». В частности, в результате контент-анализа выявлены одиннадцать из двенадцати категорий, использованных в опроснике, что подтверждает полноту представленности «образа страны» данным набором ценностных составляющих. Однако были обнаружены и некоторые несовпадения. В частности, ценность «российская наука», включенная в опросник, по результатам контент-аналитического исследования оказалась не представлена. При этом была выявлена дополнительная категория, отражающая интегральное понимание «патриотических ценностей». Данная категория характеризуется наибольшим количеством наблюдений и рассмотрена как обобщающая для всех остальных.

Во-вторых, полученный актуальный набор «патриотических ценностей» характеризуется наиболее частым упоминанием таких категорий, как «народ России» и «культура России», что позволяет предполагать преимущественную связь патриотизма именно с этими ценностями. В то же время категории «российская экономика», «спортивные достижения», «положение России на международной арене» и «малая Родина» характеризуются минимальным количеством наблюдений, указывая на малую актуальность данных аспектов в качестве оснований патриотизма.



В-третьих, были выявлены категории, характеризующиеся согласованностью оценок в качестве потенциальных и актуальных «патриотических ценностей». Таких категорий оказалось две: «культура России» и «власть», причем первая характеризуется высокой значимостью как в качестве потенциальной, так и в качестве актуальной «патриотической ценности», вторая – малой значимостью как потенциально, так и актуально.

Таким образом, подтверждается наибольшая значимость культурных аспектов российской действительности в качестве оснований патриотизма респондентов в сравнении с малой значимостью государственных ценностей.

В-четвертых, большинство категорий характеризуется более высокими оценками в качестве потенциальных «патриотических ценностей», и малым количеством наблюдений – в качестве актуальных. Данное наблюдение может, с нашей точки зрения, объясняться, помимо несоответствия реального состояния тех или иных аспектов российской действительности – желаемому, также недостаточной осмысленностью и продуманностью собственного патриотического отношения респондентами, в результате чего в предложенном наборе они считают те или иные аспекты значимыми, но при самостоятельном ответе их не упоминают.

При этом категория «народ России» характеризуется обратной тенденцией: потенциально являясь менее значимой, она наиболее часто упоминается респондентами в качестве актуальной ценности. Данное несоответствие может говорить о том, что, не постулируя данную ценность как важную характеристику России, именно ее респонденты более всего ценят, и именно она является одним из центральных аспектов объекта их патриотизма (наряду с «культурой»).

### **3.3. «Патриотическое отношение» в политическом сознании респондентов Санкт-Петербурга и Владивостока**

В основу исследования особенностей «патриотического отношения» в понимании респондентов было положено представление о существовании, как

минимум, четырех уровней его проявления, рассмотренных на этапе теоретического анализа. Однако в целях выявления дополнительных аспектов «патриотического отношения», которые могли быть не учтены на теоретическом уровне, было предпринято поисковое контент-аналитическое исследование.

Анализ определений патриотизма, данных респондентами, позволил выявить существенно большее количество категорий, характеризующих «патриотическое отношение» в их понимании. Перечень выявленных смысловых единиц – слов-индикаторов для каждой из выявленных категорий, а также частоты их упоминания респондентами в двух городах в процентном отношении (в порядке убывания численности наблюдений) приведены в Таблице 8.

Таблица 8. Виды «патриотического отношения» в понимании респондентов (по результатам поискового контент-аналитического исследования)

<b>виды «патриотического отношения»</b>	<b>смысловые единицы</b>	<b>всего</b>	<b>Санкт-Петербург</b>	<b>Владивосток</b>
<b>аффективный</b>	любовь, привязанность, гордость, уважение, чувство, вера, надежда	38,8	33,1	45,8
<b>поведенческий</b>	действия, поведение, поступки, поддерживать, отстаивать, отдавать	18,6	17,7	19,6
<b>нравственный</b>	ответственность, мораль, нравственность, достоинство, идеал	11,8	10,8	13,1
<b>когнитивный</b>	знание, осознание, убеждение, утверждение, понимание, понятие	10,5	15,4	4,7
<b>интенциональный</b>	готовность, намерение, стремление, желание	9,7	10,8	8,4
<b>защитный / военный</b>	защищать, постоять, враги	4,2	3,8	4,7
<b>критичный</b>	видеть и признавать проблемы	2,1	3,1	0,9
<b>некритичный</b>	даже если не права	2,1	3,8	0,0
<b>жертвенный</b>	отдать жизнь, жертвовать собой	1,7	1,5	1,9
<b>искаженный</b>	не смешивать крови, несмешение рас	0,4	0,0	0,9

Таким образом, помимо четырех основных аспектов «патриотического отношения», в понимании респондентов обнаруживается также существенное

количество наблюдений, могущих быть объединенными в категорию, характеризующую **нравственный уровень** «патриотического отношения». Данный уровень понимания и проявления «патриотического отношения» по своей смысловой наполненности не может быть включен в ту или иную из четырех категорий, выявленных на уровне теоретического обзора феномена, следовательно, в рамках данного исследования целесообразно рассматривать его как пятый аспект проявления «патриотического отношения», наравне с аффективным, когнитивным, интенциональным и поведенческим.

Нравственность, как «интегральная характеристика личности, детерминирующая содержание и направленность ее жизнедеятельности по общечеловеческим принципам добра и истины» [26, с. 10], применительно к пониманию психологической сущности патриотизма отражает такие основы и предпосылки патриотического отношения, как внутренние моральные нормы, оценочные суждения, выносимые на их основе, основные жизненные позиции, убеждения, идеалы, принципы [120], обусловленные мировоззрением личности. По мнению исследователей, «нравственные качества личности как структурный компонент ее нравственной сферы выступают внутренним механизмом, лежащим в основе саморегуляции поведения, определяют уровень социальной активности и личностной зрелости» [82, с. 107].

Исследователи связывают «нравственно-психологический аспект отношения к своей стране» с такими категориями, как «любовь и ответственность» [12, с. 214]. В целом, в данном аспекте патриотическое отношение раскрывается в таких характеристиках, как преданность, гуманизм/альтруизм, долг по отношению к стране, ответственность, ориентированность на социально-значимые цели.

Отметим, что моральная сторона феномена особенно акцентируется исследователями патриотизма в контексте ценностного подхода: патриотизм рассматривается как «сложная нравственная норма», которая является результатом «моральной практики» многих поколений [64], как «устойчивая подструктура личности, мировоззрение и моральный регулятор поведения» [48, с. 95], при этом критерием его сформированности считается «способность личности

«действовать на основе надличностных, общественно значимых задач и ценностей» [48, с. 96].

С позиций нравственности патриотизм трактуется авторами «Концепции духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России», включающими его в ряд «базовых национальных ценностей», понимаемых как «основные моральные ценности, приоритетные нравственные установки, существующие в культурных, семейных, социально-исторических, религиозных традициях многонационального народа РФ...» [50].

Таким образом, рассмотрение нравственного уровня проявления и понимания «патриотического отношения», наравне с аффективным, когнитивным, интенциональным и поведенческим, можно считать целесообразным.

В то же время пять из десяти выявленных категорий характеризуются сравнительно намного меньшим количеством наблюдений, следовательно, не могут быть рассмотрены в качестве дополнительных аспектов проявления «патриотического отношения», равнозначных основным, что подтверждается также их смысловой наполненностью. Однако, не смотря на малое количество наблюдений, дополнительные категории были также проанализированы, поскольку в масштабах генеральной совокупности их представленность может оказываться существенной. Данные аспекты могут указывать на соответствующие «узкие» разновидности «патриотического отношения» и собственно патриотизма:

1) смысловые единицы «защищать», «постоять», «враги», встречаются в 4,2% определений (3,8% в Санкт-Петербурге, 4,7% - во Владивостоке) и интерпретируются как индикаторы **«защитного»** или **«военного» патриотизма**;

2) упоминания необходимости «видеть и признавать проблемы» страны встречаются в 2,1% наблюдений (3,1% - в Санкт-Петербурге и 0,9% - во Владивостоке). Подразумеваемый в данном случае элемент критичности позволяет предполагать, что патриотизм в такой интерпретации не предполагает безусловной поддержки и приверженности стране, не отменяя, однако, патриотического отношения как такового, и может быть обозначен как **«критично-настроенный»**;

3) смысловые единицы «поддерживать свою страну», даже если она «не права», защищать ее интересы «вне зависимости, являются ли они достойными и адекватными», также составляют 2,1% наблюдений (3,8% в Санкт-Петербурге, во Владивостоке отсутствуют), и могут быть рассмотрены как показатели **«некритичного»** «патриотического отношения», вероятно, подразумевающего намеренное невнимание к тем или иным проблемам, которые «критично-настроенные» патриоты, напротив, склонны обнаруживать и акцентировать;

4) смысловые единицы «отдать жизнь», «жертвовать собой», представлены 1,7% наблюдений (1,5% в Санкт-Петербурге, 1,9% – во Владивостоке) и позволяют обозначить соответствующую разновидность патриотизма как **«самоотверженный»** или **«жертвенный»**;

5) смысловые единицы «несмешение крови», «несмешение рас» в определении патриотизма представлены в одном наблюдении (во Владивостоке), что соответствует 0,4% всей выборке (и 0,9% отдельно по Владивостоку), и подразумевают скорее трактовку не патриотизма (строящегося не на кровно-расовой основе, но в том числе на культурной и политической), а расизма. Тем не менее, факт обнаружения подобной искаженной смысловой наполненности понятия «патриотизм» может свидетельствовать о возможности смешения обозначенных понятий и дает основания предполагать существование **«искаженного»** понимания патриотизма.

Малые частоты выявленных дополнительных характеристик «патриотического отношения» позволяют утверждать *отсутствие ярко выраженных «узких» разновидностей патриотизма* в политическом сознании респондентов и могут рассматриваться как подтверждение существования основных пяти психологических уровней проявления «патриотического отношения».

Проанализируем более детально основные пять выявленных разновидностей проявления «патриотического отношения». Соотношения частот упоминания респондентами смысловых единиц, соответствующих данным категориям, представлены на Рисунке 6.

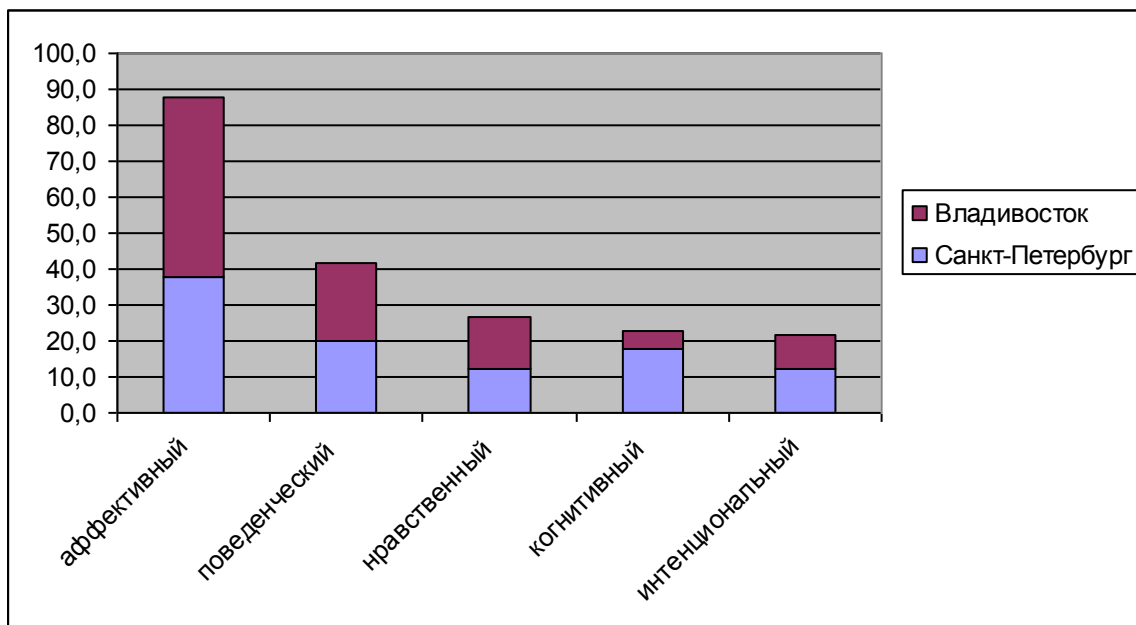


Рисунок 6 Сравнительная представленность упоминания пяти аспектов «патриотического отношения» респондентами в Санкт-Петербурге и Владивостоке

В ходе статистической обработки результатов (осуществлявшейся с помощью критерия  $\chi^2$ -Пирсона для анализа классификации номинативных признаков) не было выявлено статистически значимой связи между преимущественным указанием того или иного аспекта с гендерной принадлежностью ( $\chi^2 = 0,843$ ;  $p > 0,1$ ) и с декларируемой патриотической ориентированностью ( $\chi^2 = 2,977$ ;  $p > 0,1$ ). Данный факт позволяет утверждать, что *представление об уровнях проявления «патриотического отношения» не различается у лиц, относящих и не относящих себя к «патриотам»*. Таким образом, исследованные разновидности не имеют преимущественной позитивной либо негативной окраски, следовательно, могут оцениваться в равной степени как положительно, так и отрицательно.

В ходе исследования было также обнаружено, что распределение частот упоминания разновидностей «патриотического отношения» статистически значимо отличается от равномерного, в частности, *упоминание аффективного*

*аспекта встречается достоверно чаще*, как по выборке в целом ( $\chi^2 = 80,429$ ;  $\rho < 0,001$ ), так и для респондентов Санкт-Петербурга ( $\chi^2 = 60,556$ ;  $\rho < 0,001$ ) и Владивостока в отдельности ( $\chi^2 = 92,065$ ;  $\rho < 0,001$ ).

Значимо большая частота упоминания **аффективного уровня** и отсутствие достоверных связей с гендерными, территориальными характеристиками и с декларируемой патриотической ориентированностью, позволяют предположить доминирование и относительную «универсальность» эмоционального, аффективного аспекта «патриотического отношения» и соответствующего понимания патриотизма, то есть, его интерпретации через те или иные чувства, эмоции. Данный вывод можно считать в определенной степени предсказуемым, поскольку понимание патриотизма как «любви к Родине» является наиболее характерным и распространенным в обыденном сознании, что подтверждается в проводимых исследованиях [28, 93]. Исследователи проблемы отмечают сравнительно большую склонность молодежи к патетичности [93] в понимании отношения к стране, «эмоционально-возвышенный» характер такого отношения [12], что также подтверждает первостепенную роль аффективного компонента патриотического отношения россиян.

Исследование различий представленности уровней «патриотического отношения» в двух городах позволило обнаружить некоторые статистически значимые различия в частотах их упоминания в петербургской и владивостокской выборках.

Так, в ходе проверки направленной гипотезы о большей частоте упоминания **когнитивного** компонента респондентами Санкт-Петербурга по сравнению с респондентами Владивостока (критерий  $\chi^2$ -Пирсона для таблиц сопряженности  $2 \times 2$ ), было обнаружено статистически значимое различие ( $\chi^2 = 12,600$ ;  $\rho < 0,001$ ). То есть, когнитивный аспект «патриотического отношения» респонденты Санкт-Петербурга упоминают значительно чаще по сравнению с респондентами Владивостока. Справедлив, таким образом, и обратный вывод: владивостокские респонденты значимо реже упоминают когнитивный уровень проявления

«патриотического отношения» по сравнению с петербуржцами. По остальным четырем компонентам статистически значимых различий не обнаружено.

Выявленная тенденция дает основания предполагать большую значимость рациональных аспектов отношения к своей стране для петербургских респондентов и сравнительно меньшую – для владивостокских. Следовательно, можно предположить большую значимость для петербуржцев знаний о стране, в частности, ее истории, культурного наследия и т. п., а также понимания происходящего, в частности, социально-политической обстановки, тех или иных убеждений и взглядов и т. д. С другой стороны, выявленный факт может свидетельствовать в пользу относительно меньшей значимости рационального отношения к стране для владивостокцев. Можно предположить на этом основании большую обоснованность патриотического отношения опрошенных петербуржцев и склонность владивостокских респондентов к не столь «продуманному», вероятно, более эмоциональному отношению к Родине («образу страны»).

Однако, принимая во внимание сравнительно малую долю наблюдений, соответствующих когнитивному уровню проявления «патриотического отношения» (по сравнению, например, с аффективным и поведенческим), можно считать данную тенденцию незначительной.

Исходя из полученных данных, можно утверждать, что в целом иерархия исследованных аспектов «патриотического отношения» характеризуется наибольшей представленностью аффективного и поведенческого уровней, затем следуют нравственный, когнитивный и интенциональный, характеризующиеся сравнительно меньшей представленностью в политическом сознании респондентов.

Подобное соотношение позволяет примерно обозначить характер понимания «патриотического отношения» респондентами как «эмоционально-действенный», то есть, помимо «любви к Родине», важной характеристикой патриотизма для респондентов является его выражение в конкретных делах, поступках, поведении.



Данный вывод можно рассматривать как показатель существования тенденции к выражению своих патриотических чувств в поведении.

В то же время нравственный, когнитивный и интенциональный аспекты выражены слабее. Причем существующие различия в иерархиях могут свидетельствовать о меньшей значимости нравственных аспектов патриотического отношения для респондентов, то есть, такие понятия, как «долг», «ответственность» и т. п. являются в данном аспекте значительно менее важными в сравнении с аффективной и поведенческой сферой, что придает своеобразное прочтение последних, поскольку без нравственных оснований патриотические чувства и поведение могут приобретать не всегда конструктивную форму.

Подчеркнем, что выявленная сравнительно малая доля обозначенных аспектов «патриотического отношения» подтверждает данные, получаемые в других современных исследованиях проблемы. В частности, А. Н. Бражникова отмечает «несформированность когнитивного и мотивационного аспектов гражданской активности и патриотизма значительной части молодых людей» [12, с. 214].

Сравнительно малая выраженность интенционального аспекта явилась довольно неожиданным результатом, свидетельствующим об относительно редком упоминании респондентами намерений патриотической деятельности. То есть, указание на готовность к определенным действиям выражена значительно меньше, чем упоминание самих таких действий (поведенческий компонент). Поскольку намерения и установки далеко не всегда становятся реальными действиями, указание именно на сами действия может свидетельствовать о большей значимости активности в понимании патриотизма что, в свою очередь, может быть обусловлено как усвоенными из информационного пространства представлениями о патриотизме, так и тенденцией исследованной молодежи к проявлению гражданской активности.

В то же время среднее количество компонентов в расчете на одного респондента в выборках Санкт-Петербурга и Владивостока примерно одинаково

(1,8 и 1,3 соответственно), что не позволяет говорить о большем или меньшем внутреннем разнообразии понимания патриотизма в двух городах.

Важным фактом является выявленный процент респондентов, не давших ответа на вопрос о понимании патриотизма. Всего таких испытуемых оказалось 16,6%, из них 6% - представители Санкт-Петербурга, 10,6% - Владивостока, что статистически значимо не различается. Данную категорию опрошенных можно рассматривать как лиц, либо не сформировавших собственного мнения по этому поводу, или не сумевших его сформулировать, либо как не пожелавших отвечать на вопрос. Условно респондентов, вошедших в данную группу, можно рассматривать как индифферентным в отношении исследуемого феномена. Отсутствие статистических различий по городам не дает оснований делать выводы о большей или меньшей индифферентности или неспособности формулировать свое понимание патриотизма у респондентов в том или ином городе.

Таким образом, проведенное контент-аналитическое исследование позволило, во-первых, выделить основные пять аспектов проявления «патриотического отношения» в понимании респондентов (наибольшей представленностью из которых характеризуются аффективный и поведенческий). Во-вторых, были обнаружены значимые различия представленности аспектов «патриотического отношения» в определениях, данных респондентами в Санкт-Петербурге и Владивостоке (в частности, когнитивный уровень значимо чаще упоминается петербуржцами). В-третьих, выявлено, что сложность понимания патриотизма в двух городах примерно одинакова и количество «индифферентных» респондентов не различается. Кроме этого, были обнаружены некоторые дополнительные, сравнительно мало выраженные аспекты «патриотического отношения», интерпретированные как его «узкие» разновидности.

### **3.4. Факторный анализ: сокращение количества переменных личностного опросника FPI**

Поскольку изначальное число переменных, полученных в результате заполнения респондентами методики FPI, составило двенадцать, в целях сокращения их количества был проведен факторный анализ. Использование данного метода обуславливается необходимостью достижения ограниченного числа переменных для дальнейшего хода анализа данных. Таким образом, факторный анализ на данном этапе обработки данных выступает в качестве вспомогательной процедуры.

На первом шаге факторно-аналитического исследования переменных теста FPI, в ходе предварительного компонентного анализа, был получен график собственных значений, приведенный на рисунке 7.



Рисунок 7 График собственных значений для переменных личностного теста FPI

Поскольку изгиб графика находится на уровне третьего компонента, то есть, два фактора находятся выше единичного собственного значения, оптимальное количество факторов было определено в диапазоне от двух до четырех. В ходе проверки трех- и четырехфакторная модели оказались менее оптимальными в

сравнении с двухфакторной (в силу отсутствия максимальных нагрузок как минимум по одному из факторов). Таким образом, наиболее приемлемой является двухфакторная модель, для которой была применена процедура ортогонального вращения факторных осей варимакс (с целью максимизации дисперсии квадратов нагрузок факторов по переменным), с использованием метода максимального правдоподобия. Полученные компоненты суммарной дисперсии для двухфакторной модели приведены в таблице 9.

Таблица 9. Компоненты суммарной дисперсии двухфакторной модели для переменных теста FPI  
**Полная объясненная дисперсия**

Фактор	Начальные собственные значения			Суммы квадратов нагрузок извлечения			Суммы квадратов нагрузок вращения		
	Итого	% Дисперсии	Кумулятивный %	Итого	% Дисперсии	Кумулятивный %	Итого	% Дисперсии	Кумулятивный %
1	4,215	35,124	35,124	3,820	31,834	31,834	3,304	27,533	27,533
2	3,086	25,714	60,838	2,629	21,908	53,742	3,145	26,209	53,742
3	,963	8,022	68,860						
4	,751	6,259	75,119						
5	,721	6,011	81,131						
6	,495	4,126	85,257						
7	,430	3,581	88,838						
8	,419	3,489	92,328						
9	,318	2,647	94,975						
10	,237	1,973	96,948						
11	,197	1,642	98,590						
12	,169	1,410	100,000						

Метод выделения: Максимальное правдоподобие.

Таким образом, суммарная информативность двух факторов - 54%: первый фактор объясняет 27,5% дисперсии, второй - 26%. Полученная после вращения матрица коэффициентов факторных значений приведена в таблице 10.

Таблица 10. Матрица коэффициентов факторных значений для переменных теста FPI

	Фактор	
	1	2
невротичность	-,401	,603
спонтанная_агрессивность	,135	,660
депрессивность	-,528	,683
раздражительность		,772
общительность	,694	
уравновешенность	,531	
реактивная_агрессивность	,400	,531
застенчивость	-,671	,341
открытость		,449
экстраверсия_интроверсия	,735	,319
эмоциональная_лабильность	-,547	,746
маскулинизм-феминизм	,792	,119

Метод выделения: Максимальное правдоподобие.

Метод вращения: Варимакс с нормализацией  
Кайзера.

а. Вращение сошлось за 3 итераций.

Итоговая структура факторов с нагрузками по включенным в них переменным приведена в таблицах 11 и 12.

Таблица 11. Фактор  
«Стеничность»

<b>Фактор 1. Стеничность</b>	
маскулинизм_феминизм	,792
экстраверсия_интроверсия	,735
общительность	,694
уравновешенность	,531
застенчивость	-,671

Таблица 12. Фактор «Астеничность»

<b>Фактор 2. Астеничность</b>	
раздражительность	,772
эмоциональная_лабильность	,746
депрессивность	,683

спонтанная_агрессивность	,660	реактивная_агрессивность	,531
невротичность	,603	открытость	,449

**Первый фактор** (Таблица 11) имеет больший вес (27,5%) и информативность. В него вошли 5 переменных, из которых наибольшими нагрузками обладают: полюс маскулинности переменной «маскулинизм-феминизм», экстраверсия в переменной «экстраверсия-интроверсия», общительность. Также в фактор входят переменные «уравновешенность» и противоположный полюс переменной «застенчивость», интерпретируемый в данном контексте как открытость.

Высокие показатели по шкале **«маскулинизм – феминизм»** свидетельствуют о «протекании психической деятельности преимущественно по мужскому типу» [107, с. 263], то есть, для лиц с выраженным признаком «маскулинность» характерны такие качества, как *смелость, готовность к риску, соревновательность, предприимчивость, а также практичность, реалистичность, отсутствие склонности к самоанализу и рефлексии, гедонизм.*

Выраженность полюса **«экстраверсия»** в шкале «экстраверсия – интроверсия», характерная для рассматриваемого фактора, свидетельствует о таких качествах личности, как *активность, стремление к лидерству и социальному успеху, отсутствие затруднений в общении и установлении социальных контактов.*

Высокие баллы по переменной **«общительность»**, также, указывают на *социальную активность личности и ее потребность в такой активности, стремление быть в коллективе, кроме того, характеризуют ее через такие качества, как отзывчивость, доброта, внимательность к людям, легкость установления контактов, эмоциональность.*

Таким образом, в совокупности переменные, определяющие содержание данного фактора, позволяют характеризовать респондентов с высокими значениями по нему через выраженность таких качеств, как *социальная активность и общительность, уверенность, легкость установления социальных*

контактов и отсутствие затруднений в общении с людьми, а также стремление к лидерству, уравновешенность и стрессоустойчивость. Исходя из описанных характеристик, данный фактор был обозначен как **«стеничность»**.

**Второй фактор** (Таблица 12) объясняет 26% дисперсии и определяется такими переменными, как «раздражительность», «эмоциональная лабильность», «депрессивность». Включает также переменные «спонтанная агрессивность» и «реактивная агрессивность», «невротичность» и «открытость».

Основной вклад в данный фактор вносит переменная **«раздражительность»**, указывающая на выраженность таких личностных характеристик, как эмоциональная неустойчивость, неспособность адекватно справляться с трудностями (вследствие чего возможны агрессивные и враждебные реакции как способ защиты), а также пренебрежение социальными, культурными, моральными нормам и ценностями (в том числе ради собственной выгоды). Таким образом, высокие оценки по данной переменной могут характеризовать личность со слабым самообладанием, в некоторой степени асоциальную.

Еще одна переменная, определяющая для данного фактора – **«эмоциональная лабильность»**, тоже указывает, в первую очередь, на эмоциональную неустойчивость, а также впечатлительность, ранимость, тревожность. В то же время, лица с выраженностью данной характеристики, как правило, вежливы в общении, стремятся не причинять другим вреда.

Шкала **«депрессивность»**, также одна из определяющих для данного фактора, характеризует такие особенности личности, как склонность к рефлексии, сниженный фон настроения, пессимизм; в поведении - нерешительность, нерасторопность, неспособность быстро принимать решения; в общении - конформность, однако, чуткость и отзывчивость к другим людям.

В совокупности шкалы, вошедшие в данный фактор, позволяют характеризовать респондентов с высокими по нему оценками через такие качества, как, в первую очередь, эмоциональная неустойчивость и слабовыраженная способность к самообладанию, что может свидетельствовать о нестабильности не только в эмоциональной, но и в

когнитивной сфере, и в поведении такой личности. Приведенное описание шкал, определяющих второй фактор, позволяет обозначить его, в противоположность первому, как *«астеничность»*.

Таким образом, проведенное на первом этапе факторного анализа сокращение двенадцати шкал, полученных по результатам заполнения респондентами теста FPI, позволило объединить их в два фактора.

### **3.4.1. Факторный анализ: сокращение количества переменных ценностного опросника Ш. Шварца**

Факторизация переменных, полученных с помощью методики Ш. Шварца, также имеющая целью сокращение изначального количества переменных, была проведена в два этапа, поскольку методика состоит из двух частей: первая позволяет исследовать ценности на уровне «нормативных идеалов», вторая – на уровне «индивидуальных приоритетов». Каждая часть включает десять шкал. Соответственно, общее исходное количество переменных, полученных в ходе подсчета результатов для данного опросника, составило двадцать.

Для обозначения и интерпретации факторов, полученных в ходе сокращения количества переменных по ценностному опроснику Ш. Шварца, мы исходили из *теории динамических отношений между ценностными типами*, разработанной Ш. Шварцем, описывающей «концептуальную организацию системы ценностей» [44, с. 30]. На рисунке 8 приведена схема теоретической структуры соотношения ценностных типов, отражающая их совместимость и конфликтность: каждый ценностный тип характеризуется связью с близкими ему типами, расположенными рядом в структуре ценностей, и чем дальше ценности расположены друг от друга в круговой структуре, тем более слабыми являются связи между ними [44].





Рисунок 8 Теоретическая модель отношений между десятью мотивационными типами ценностей (по Ш. Шварцу) [44]

Таким образом, выделенные Ш. Шварцем 10 ценностных типов, организуются в две оси, имеющие биполярные измерения:

**1 ось:** консерватизм («ценности сохранения»: безопасность, конформность, традиции) – открытость изменениям («ценности изменения»: самостоятельность, стимуляция, гедонизм);

**2 ось:** самотрансцендентность («ценности самоопределения»: универсализм и доброта) – самовозвышение (ценности власти, достижения, гедонизм).

Данная структурная организация ценностной системы была подтверждена результатами многочисленных исследований [141]; результаты факторного анализа в рамках настоящего исследования также во многом согласовываются с данной теорией.

**На первом этапе** факторного анализа данных, полученных с помощью методики Ш. Шварца, обрабатывались переменные первой части опросника, соответствующие ценностям **на уровне «нормативных идеалов».**

Ценности, измеряемые первой частью опросника, по определению Ш. Шварца, являются более стабильными и отражают «представления человека о том, как нужно поступать, определяя, тем самым, его жизненные принципы поведения» [44, с. 34], то есть, в данном ракурсе исследуется в большей степени роль ценностей как идеалов поведения, в то время как их реальное воплощение респондентом в своей жизни находится на втором плане.

График собственных значений, полученный на этапе предварительного компонентного анализа, приведен на рисунке 9.

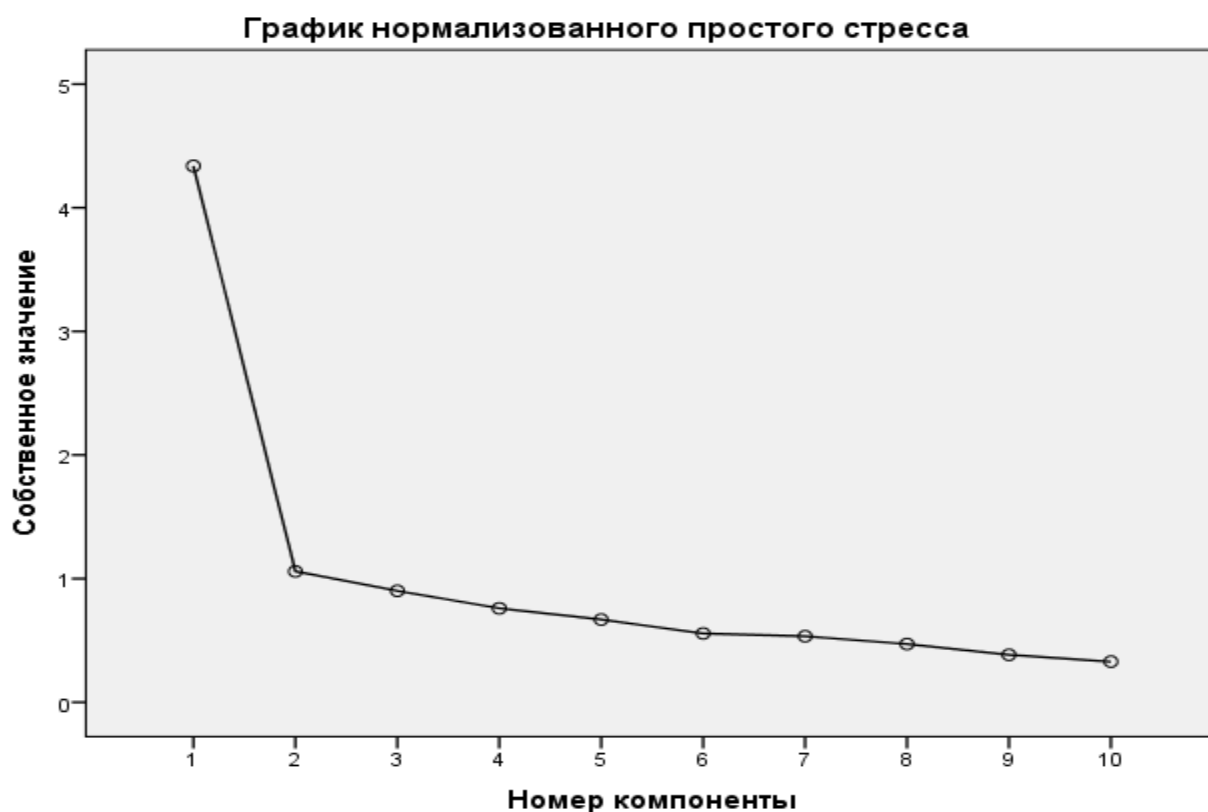


Рисунок 9 График собственных значений для переменных ценностного опросника Ш.Шварца на уровне «нормативных идеалов»

Исходя из графика, количество факторов можно определить в границах от двух до трех. Путем проверки моделей с соответствующим количеством факторов, было выявлено, что наиболее оптимальной является трехфакторная модель. Матрица объясненной дисперсии трехфакторной модели, полученная в результате вращения, приводится в таблице 13.

Таблица 13. Компоненты суммарной дисперсии трехфакторной модели для переменных ценностного опросника Ш. Шварца на уровне «нормативных идеалов»

**Полная объясненная дисперсия**

Фактор	Начальные собственные значения			Суммы квадратов нагрузок извлечения			Суммы квадратов нагрузок вращения		
	Итого	% Дисперсии	Кумулятивный %	Итого	% Дисперсии	Кумулятивный %	Итого	% Дисперсии	Кумулятивный %
1	4,338	43,375	43,375	2,341	23,409	23,409	2,279	22,789	22,789
2	1,059	10,588	53,963	2,221	22,207	45,616	1,437	14,369	37,158
3	,901	9,010	62,973	,517	5,166	50,782	1,362	13,624	50,782
4	,760	7,602	70,575						
5	,669	6,690	77,265						
6	,556	5,563	82,828						
7	,534	5,338	88,167						
8	,471	4,709	92,876						
9	,384	3,840	96,715						
10	,328	3,285	100,000						

Метод выделения: Максимальное правдоподобие.

Таким образом, суммарная дисперсия, объясненная тремя факторами, составляет 51%. Факторные нагрузки после вращения приведены в таблице 14.

Таблица 14. Матрица коэффициентов факторных значений для переменных ценностного опросника Ш. Шварца на уровне «нормативных идеалов»

**Матрица повернутых факторов**

	Фактор		
	1	2	3
конформность	,224	,473	,263
традиции	,494	,345	,156
доброта	,508	,453	,145
универсализм	,621	,397	,252
самостоятельность	,752		,292
стимуляция	,563	,142	,128
гедонизм	,517	,276	

достижения	,366	,174	,407
власть	,176	,280	,942
безопасность	,164	,723	,165

Метод выделения: Максимальное правдоподобие.

Метод вращения: Варимакс с нормализацией Кайзера.

а. Вращение сошлось за 6 итераций.

Структура трех факторов и нагрузки по переменным приведены в таблицах 15, 16 и 17.

Таблица 15. Фактор «Открытость изменениям» на уровне «нормативных идеалов»

<b>Фактор 1. Открытость изменениям</b>	
самостоятельность	,752
универсализм	,621
стимуляция	,563
гедонизм	,517
доброта	,508
традиции	,494

Таблица 16. Фактор «Консерватизм» на уровне «нормативных идеалов»

<b>Фактор 2. Консерватизм</b>	
безопасность	,723
конформность	,473

Таблица 17. Фактор «Самовозвышение» на уровне «нормативных идеалов»

<b>Фактор 3. Самовозвышение</b>	
власть	,942

**Первый фактор - «открытость изменениям»** (Таблица 15), объясняет 23% дисперсии. Его определяющими переменными выступают «самостоятельность», «универсализм», «стимуляция», в меньшей степени - «гедонизм» и «доброта».

Мотивационные цели ценностного типа **«самостоятельность»** состоят в самостоятельном мышлении и выборе «способов действия, в творчестве и исследовательской активности» [44, с. 29]. Ш. Шварц отмечает производность этой ценности от потребностей в независимости и автономности [178]. Тип **«универсализм»** подразумевает ценности «понимания, терпимости, защиты благополучия всех людей и природы» [44, с. 29]. Мотивационная цель типа **«стимуляция»** заключается в «стремлении к новизне и глубоким переживаниям» [44, с. 28].

Согласно модели отношений мотивационных типов ценностей Ш. Шварца (Рисунок 8), этот фактор объединяет ценностные типы, относящиеся к «открытости изменениям» и «самотрансцендентности». Поскольку в фактор вошли все переменные, характеризующие категорию «открытость изменениям» и наибольшей факторной нагрузкой обладает относящаяся к данной категории переменная «самостоятельность», можно обозначить этот фактор, исходя из модели Ш. Шварца, как «открытость изменениям».

Таким образом, ценностную структуру личности, характеризующейся высокими значениями по фактору «открытость изменениям», можно охарактеризовать такими основными ценностями, как *независимость, стремление к новизне и к благополучию людей в мировом масштабе, терпимость*, что позволяет предполагать у таких респондентов *активность и некоторую созидательную направленность жизнедеятельности, причем созидательную как для себя, так и для окружающего мира.*

**Второй фактор – «консерватизм»** (Таблица 16), объясняет 14% дисперсии, характеризуется высокими нагрузками по переменным «безопасность» и «конформность», довольно четко соотносится с категорией «консерватизм» в

модели Ш. Шварца (Рисунок 8), поэтому был нами обозначен соответствующим образом. Определяющей мотивационной целью типа «**безопасность**» является «безопасность для других людей и себя, гармония, стабильность общества и взаимоотношений» [44, с. 30]. Данный тип связан с такими целями, как «социальный порядок, безопасность семьи, национальная безопасность, взаимное расположение, взаимопомощь, чистота, чувство принадлежности, здоровье» [44, с. 30].

Ведущие цели типа «**конформность**» - «сдерживание и предотвращение действий, а также склонностей и побуждений к действиям, которые могут причинить вред другим или не соответствуют социальным ожиданиям» [44, с. 30]. Данная ценность, как отмечает Ш. Шварц, связана с послушанием, вежливостью, самодисциплиной, уважением родителей и старших [174].

Таким образом, центральные ценности в структуре, характеризуемой данным фактором, - это *стремление к стабильности, защищенности, а также воспитанность, следование принятым нормам поведения*, что дает основания характеризовать респондентов, имеющих высокие значения по фактору, как *личностей, во многом определяемых социальным окружением. Можно предположить, что поступки, деятельность и установки (в том числе политические) данных респондентов определяются социальным окружением в большей степени, чем их самостоятельным выбором.*

**Третий фактор - «самовозвышение»** (Таблица 17), объясняет 14% дисперсии, имеет наибольшую нагрузку по переменной «власть» и включает переменную «достижения». Данный фактор четко соотносится с «самовозвышением» в модели Ш. Шварца (Рисунок 8), поэтому мы обозначили его соответственно.

Центральной целью типа «**власть**» является «достижение социального статуса или престижа, контроля или доминирования над людьми и средствами» [44, с. 28], для него значимы такие цели, как «авторитет, богатство, социальная власть, сохранение своего общественного имиджа, общественное признание» [44, с. 28]. Для типа «**достижения**» основная цель состоит в «личном успехе через

проявление компетентности в соответствии с социальными стандартами», что «влечет за собой социальное одобрение» [44, с. 28].

При этом оба ценностных типа, определяющие данный фактор, подразумевают акцентированную значимость социального уважения. Таким образом, *респондентов с высокими показателями значений по фактору «достижения» можно охарактеризовать как людей, ориентированных на соперничество и доминирование, на достижение и демонстрацию своей «социальной силы» либо посредством проявления компетентности, либо иными способами.*

Таким образом, десять переменных по первой части опросника Ш. Шварца, соответствующие ценностям на уровне «нормативных идеалов», объединены в три фактора, причем первый объясняет наибольшую долю дисперсии, в то время как второй и третий – меньшую в сравнении с первым, и примерно одинаковую между собой.

**На втором этапе** факторизация была проведена для десяти переменных, соответствующих второй части опросника Ш. Шварца, измеряющей ценности **на уровне «личностных приоритетов».**

Ценности, существующие на уровне «личностных приоритетов», по мнению Ш. Шварца, являются «более зависимыми от внешней среды, например, от группового давления и соотносятся с конкретными поступками человека» [44, с. 34], таким образом, переменные и факторы, рассматриваемые в данном разделе, характеризуют в большей степени реализацию ценностей респондентами в своей жизни и поведении (в отличие от ценностей, рассмотренных на уровне нормативных идеалов, как более отвлеченных, абстрагированных от реальности).

График собственных значений, полученный на предварительном этапе факторизации, приведен на рисунке 10.

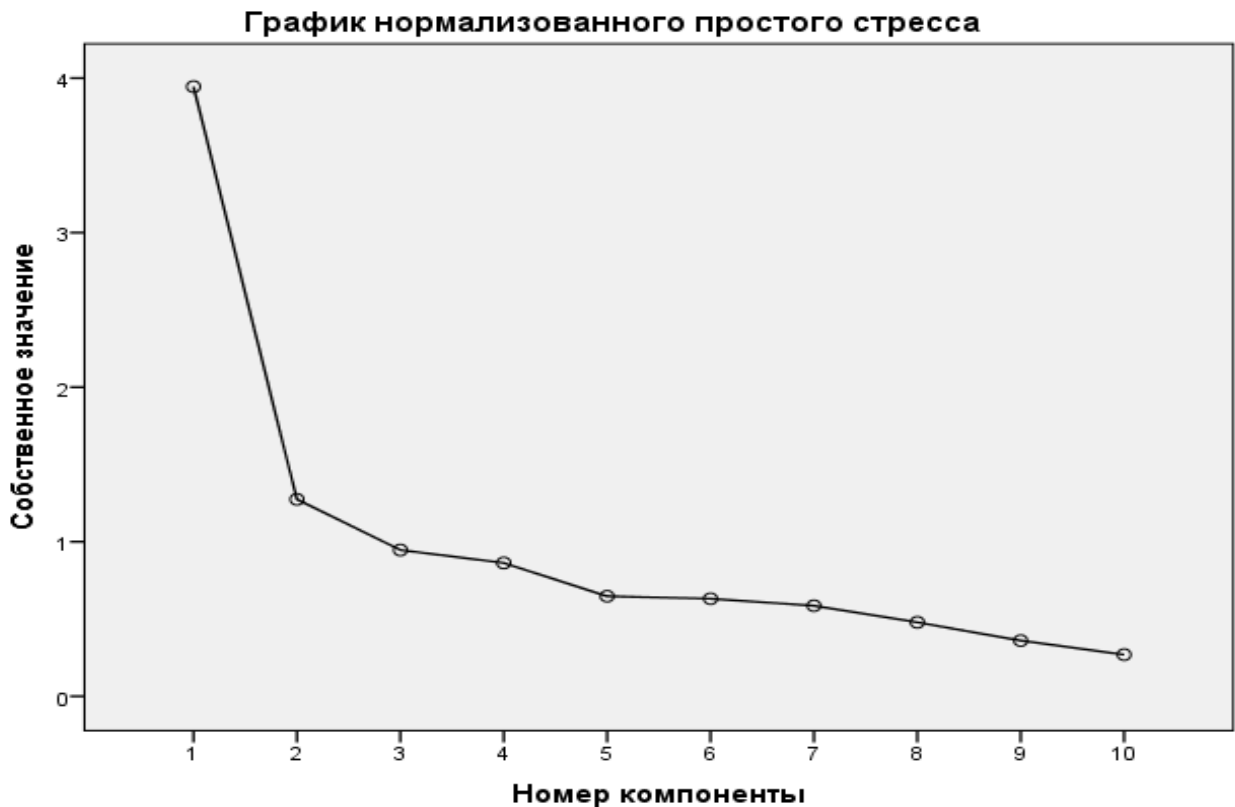


Рисунок 10 График собственных значений для переменных ценностного опросника Ш. Шварца на уровне «личностных приоритетов»

Анализ графика и предварительных данных показал, что наиболее оптимальной может оказаться модель с количеством факторов от двух до четырех. В ходе дальнейшей проверки было обнаружено, что наиболее подходящей является трехфакторная модель. Однако третий фактор определялся лишь одной переменной (**«универсализм»**), в связи с чем эта переменная была стандартизирована (посредством z-преобразования) и в дальнейшем анализе использовалась как самостоятельная.

Таким образом, по второй части опросника выделено два фактора и одна стандартизированная переменная. Объясненная дисперсия после исключения переменной «универсализм» приводится в таблице 18.

Таблица 18. Компоненты суммарной дисперсии двухфакторной модели для переменных ценностного опросника Ш. Шварца на уровне «личностных приоритетов» после исключения переменной «универсализм»



### Полная объясненная дисперсия

Фактор	Начальные собственные значения			Суммы квадратов нагрузок извлечения			Суммы квадратов нагрузок вращения		
	Итого	% Дисперсии	Кумулятивный %	Итого	% Дисперсии	Кумулятивный %	Итого	% Дисперсии	Кумулятивный %
1	3,550	39,444	39,444	2,997	33,304	33,304	1,881	20,896	20,896
2	1,272	14,135	53,578	,731	8,119	41,423	1,847	20,526	41,423
3	,871	9,678	63,257						
4	,830	9,226	72,483						
5	,636	7,066	79,548						
6	,631	7,006	86,554						
7	,517	5,743	92,297						
8	,375	4,169	96,465						
9	,318	3,535	100,000						

Метод выделения: Максимальное правдоподобие.

Таким образом, два фактора объясняют 41,4% дисперсии. Факторные нагрузки по переменным приводятся в таблице 19.

Таблица 19. Матрица коэффициентов факторных значений для переменных ценностного опросника Ш. Шварца на уровне «личностных приоритетов»

### Матрица повернутых факторов<sup>а</sup>

	Фактор	
	1	2
конформность	,773	,212
традиции	,671	,090
доброта	,439	,515
самостоятельность	,365	,655
стимуляция	,036	,508
гедонизм	,270	,302
достижения	,122	,686
власть	,278	,477
безопасность	,582	,230

Метод выделения: Максимальное правдоподобие.

Метод вращения: Варимакс с нормализацией Кайзера.

а. Вращение сошло за 3 итераций.

Структура факторов и нагрузки соответствующих переменных приведены в таблицах 20 и 21.

Таблица 20. Фактор «Консерватизм» на уровне «личностных приоритетов»

<b>Фактор 1. Консерватизм</b>	
конформность	,773
традиции	,671
безопасность	,582

Таблица 21. Фактор «Достижения» на уровне «личностных приоритетов»

<b>Фактор 2. Достижения</b>	
достижения	,686
самостоятельность	,655
доброта	,515
стимуляция	,508
власть	,477
гедонизм	,302

**Первый фактор** – «консерватизм» (Таблица 20), объясняет 21% дисперсии, определяется переменными «конформность», «традиции» и в сравнительно меньшей степени - «безопасность», что позволяет однозначно отнести его к «консерватизму» в модели отношений мотивационных типов ценностей Ш. Шварца.

В отличие от фактора «консерватизм» на уровне нормативных идеалов, на данном уровне – уровне личностных приоритетов, - в этот фактор, помимо ценностей «конформности» и «безопасности», описанных выше, вошел также ценностный тип «традиция», мотивационные цели которого - это «уважение, принятие обычаев и идей, которые существуют в культуре (уважение традиций, смирение, благочестие, принятие своей участи, умеренность) и следование им» [44, с. 28].

Таким образом, характеризуя респондентов с высокими показателями по данному фактору на уровне личностных приоритетов, можно предполагать, помимо *ведущей роли, которую для них играет социальное окружение, также высокую важность культурных традиций и следования им.*

**Второй фактор** – «достижения» (Таблица 21), объясняет 21% дисперсии, определяется в большей степени переменными «достижения» и «самостоятельность», и в относительно меньшей - переменными «доброта», «стимуляция». Таким образом, данный фактор объединяет в себе «самовозвышение» и «открытость изменениям», включая также переменную, характерную для «самотрансцендентности», что не позволяет соотнести его однозначно с тем или иным измерением в модели ценностных типов Ш. Шварца. Данный фактор был обозначен нами по переменной, имеющей наибольший вклад, как «достижения».

Смысловое наполнение данного фактора включает мотивационные цели, соответствующие вошедшим в него ценностным типам: во-первых, личный успех, достигаемый через «проявление компетентности в соответствии с социальными стандартами» [44, с. 28] (ценность «достижения»), во-вторых, «самостоятельность мышления и выбора способов действия, в творчестве и исследовательской активности» [44, с. 27] (ценностный тип «самостоятельность»). В-третьих, в фактор вошел ценностный тип «доброта». Являясь «узким «просоциальным» типом ценностей» [44, с. 29], он ориентирован на «благополучие в повседневном взаимодействии с близкими людьми» [44, с. 29], мотивационная цель данного типа – «сохранение благополучия людей, с которыми индивид находится в личных контактах (полезность, лояльность, снисходительность, честность, ответственность, дружба, зрелая любовь)» [44, с. 29]. И в-четвертых «стимуляция» как ценностный тип подразумевает «стремление к новизне и глубоким переживаниям» [44, с. 29].

Таким образом, основные переменные данного фактора указывают на важность для личности таких ценностей, как *компетентность и достигаемый за счет ее личный успех, самостоятельность и независимость, а также*

*благополучие близких людей и стремление к новизне. Исходя из этого, можно предположить, что респонденты, характеризующиеся высокими значениями по фактору, могут быть охарактеризованы как активно-действующие, самостоятельные личности, возможно, имеющие склонность к эгоизму или индивидуализму, основной целью которых является личное благополучие и благополучие своего ближайшего окружения.*

Наконец, стандартизированная **переменная «универсализм»** подразумевает важность понимания, терпимости, благополучия всех людей и природы [175, 180] для характеризуемого ею ценностного типа.

Соответственно, для респондентов с высокими значениями по данной переменной важна *терпимость и благополучие во всемирном масштабе*, что позволяет предполагать у них наличие таких качеств, как *терпимость, пацифизм*.

Таким образом, на данном этапе исследования, с помощью факторного анализа, десять переменных второй части ценностного опросника Ш. Шварца, соответствующих ценностям на уровне «личностных приоритетов», было сведено к двум факторам и одной стандартизированной переменной.

### **3.5. Ценностная структура «образа страны»: факторно-аналитическое исследование**

В целях изучения психологической структуры «образа страны», то есть, организации «патриотических ценностей» как ее элементов, было проведено факторно-аналитическое исследование. Факторизации были подвергнуты 12 переменных, соответствующих оценкам респондентов по каждому параметру опросника «патриотических ценностей».

На первом шаге факторно-аналитического исследования, с помощью метода анализа главных компонент, был определен диапазон, в границах которого может быть выбрано наиболее оптимальное количество факторов. Полученный график собственных значений приведен на рисунке 11.

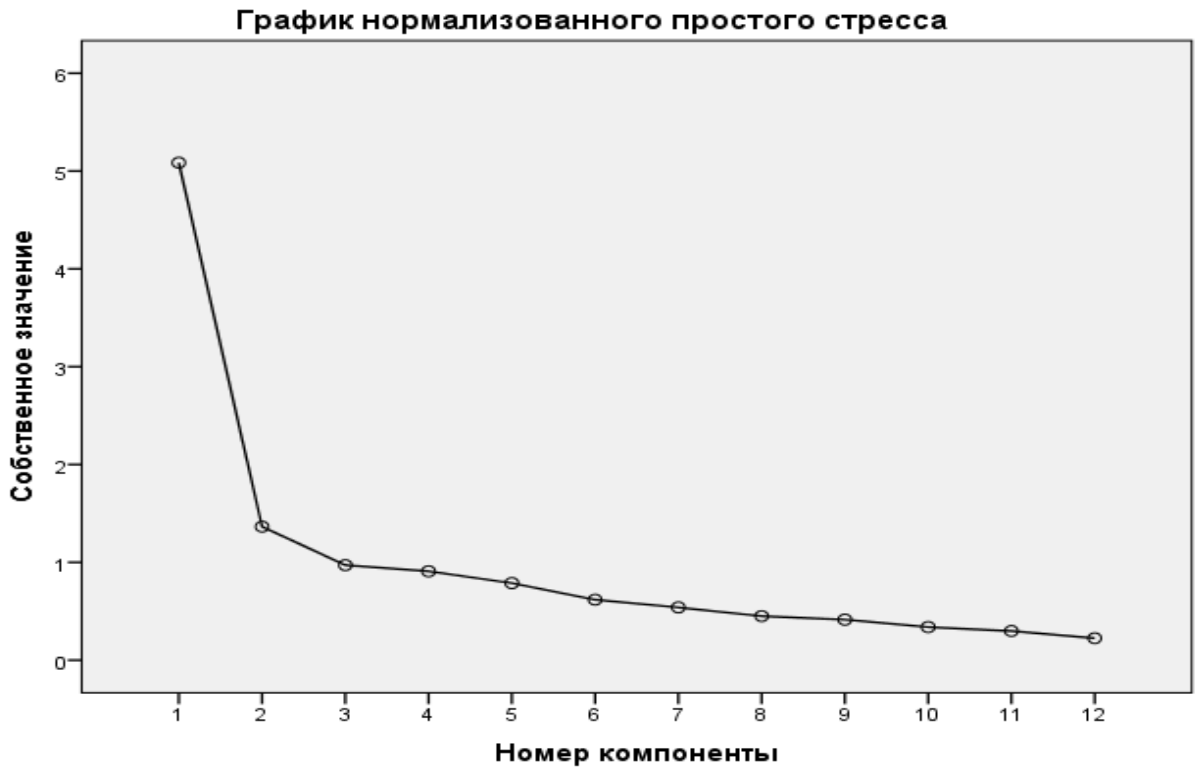


Рисунок 11 График собственных значений для переменных опросника  
«патриотических ценностей»

Полученный график дает основание предполагать, что оптимальное количество факторов может располагаться в диапазоне от двух до четырех. В ходе проверки двух-, трех- и четырехфакторной моделей оказалось, что достаточное количество факторов достигается лишь в четырехфакторной модели, поскольку лишь для нее статистическая значимость критерия согласия (Хи-квадрат) принимает значение, большее 0,05 (для остальных моделей данное условие не соблюдается). Таким образом, в качестве итоговой была выбрана четырехфакторная модель.

В результате процедуры варимакс-вращения для четырехфакторной модели, с помощью метода максимального правдоподобия, была получена таблица компонентов суммарной дисперсии (таблица 22), а также матрица факторных нагрузок (таблица 23).

Таблица 22. Компоненты суммарной дисперсии четырехфакторной модели для переменных опросника «патриотических ценностей»

**Полная объясненная дисперсия**

Фактор	Начальные собственные значения			Суммы квадратов нагрузок извлечения			Суммы квадратов нагрузок вращения		
	Итого	% Дисперсии	Кумулятивный %	Итого	% Дисперсии	Кумулятивный %	Итого	% Дисперсии	Кумулятивный %
1	5,085	42,377	42,377	2,968	24,735	24,735	2,225	18,541	18,541
2	1,365	11,372	53,748	2,442	20,351	45,085	2,118	17,650	36,191
3	,971	8,096	61,844	,914	7,613	52,699	1,516	12,631	48,822
4	,909	7,573	69,417	,459	3,822	56,520	,924	7,698	56,520
5	,787	6,560	75,977						
6	,618	5,149	81,126						
7	,539	4,495	85,621						
8	,450	3,753	89,374						
9	,414	3,452	92,826						
10	,338	2,819	95,644						
11	,298	2,484	98,128						
12	,225	1,872	100,000						

Метод выделения: Максимальное правдоподобие.

Таблица 23. Матрица коэффициентов факторных значений для переменных опросника «патриотических ценностей»

**Матрица повернутых факторов<sup>а</sup>**

	Фактор			
	1	2	3	4
история	,687	,408	,087	,073
язык	,706	,072	,138	,083
культура	,760	,106	,143	,193
народ	,418	,177	,280	,144
природа	,163	,263	,067	,725
наука	,224	,100	,309	,341
малая_родина	,357	,310	,148	,228
власть	,259	,457	,505	,094
экономика	,183	,308	,926	,118
спорт	,349	,560	,260	,175
положение_в_мире	,274	,746	,234	,113
вооруженные_силы	,021	,745	,184	,308

Метод выделения: Максимальное правдоподобие.

Метод вращения: Варимакс с нормализацией Кайзера.

а. Вращение сошлось за 6 итераций.

Таким образом, выделены четыре фактора, суммарная информативность которых составляет 56,5%. Структура факторов и нагрузки входящих в них переменных приводятся в рисунке 12.

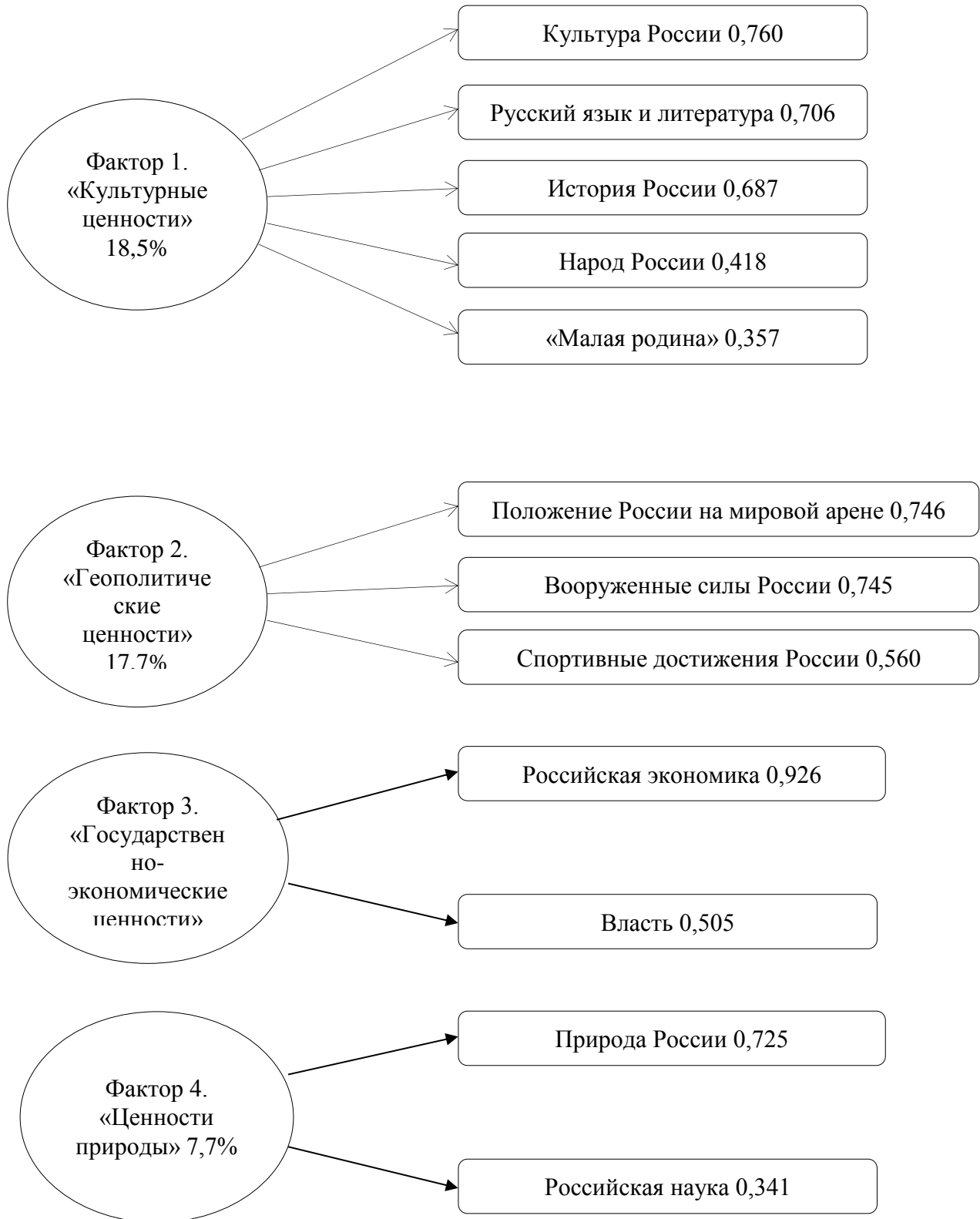


Рисунок 12 Структура факторов «патриотических ценностей»

**Первый фактор**, обозначенный как «культурные ценности», объясняющий 18,5% дисперсии, характеризуется наибольшими нагрузками по таким переменным - «патриотическим ценностям», как «культура России», «русский язык и литература» и «история России», включая также «народ России» и «малую родину» со сравнительно небольшими факторными нагрузками. Смысловая наполненность данного фактора, определенная вошедшими в него переменными, позволяет охарактеризовать его через понятие «культурных ценностей».

Таким образом, можно предполагать, что для респондентов с высокими значениями по данному фактору важны ценности, отражающие элементы культуры в широком понимании (язык, традиции, история и т.п.), не имеющие выраженного политического оттенка. Вероятно, лица с высокими значениями по фактору могут быть охарактеризованы через понятие консерватизма, поскольку названные ценности в большой степени относятся к историческому наследию, и их высокая значимость может указывать на некоторую охранительную или даже ретроспективную тенденцию. С другой стороны, можно предположить нематериалистическую ориентированность респондентов с высокими значениями по фактору, поскольку культурные особенности, являющиеся для них наиболее значимыми, нельзя отнести к «материальным» ценностям. Вероятно, такие «патриотические ценности», как «народ России» и «малая родина», также воспринимаются респондентами в «культурном» ключе (в противоположность, например, экономическому, политическому их пониманию).

На значимость культурных аспектов в «образе страны» россиян обращают внимание многие современные исследователи проблемы. Например, И. С. Семененко обнаруживает, что «богатое культурное наследие (в первую очередь русская литература)» выступает в качестве «позитивной составляющей образа России» у жителей страны [117, с. 14], отмечая, что «факторы, определяющие сегодня потенциал развития национального государства, имеют ... ярко выраженное культурное измерение» [117, с. 16].



**Второй фактор** – «геополитические ценности», объясняет 17,7% дисперсии. Определяющие переменные для данного фактора - «положение России на международной арене» и «вооруженные силы России». В меньшей степени фактор определяется переменной «спортивные достижения России». Исходя из такой наполненности фактора, его представляется целесообразным охарактеризовать через понятие «геополитических ценностей».

Можно предположить, что для респондентов с высокими показателями по данному фактору первостепенное значение имеет положение своей страны относительно других акторов мировой политики, в широком мировом контексте. Высокая значимость «вооруженных сил России» как ценности может также указывать на значимость силы и превосходства своей страны, однако, может свидетельствовать и об актуальности потребностей в безопасности и защищенности. Имеющая немного меньшую факторную нагрузку переменная, соответствующая ценности «спортивных достижений России» также указывает на важность положения страны, в данном случае связанного с конкуренцией и соревновательностью.

Таким образом, основной характеристикой «патриотических ценностей», объединяемых данным фактором, можно считать статус и имидж страны, стремление к лидерству и уважению, из чего следует связь данного фактора с социальными, интеракционистскими ценностями.

**Третий фактор**, определенный как «государственно-экономические ценности», объясняет 12,6% дисперсии. В данный фактор вошли две переменные, из которых наибольшей нагрузкой характеризуется ценность «экономика России», и сравнительно меньшей - ценность «власти».

Высокая значимость экономики для респондентов с высокими показателями по данному фактору может объясняться различными причинами: неудовлетворительным состоянием данной сферы и желанием ее развития (в таком случае власть может иметь значимость как своего рода способ достижения экономической стабильности); «материалистической» ориентированностью системы ценностей (когда экономическое положение в стране и власть являются

потенциальными предметами патриотизма в большей степени по сравнению со всеми другими аспектами российской действительности); а также актуальностью экономической повестки в стране в период проведения исследования (имеется в виду введение экономических санкций против России, повлекшее кардинальные изменения в функционировании российской экономики).

В любом случае, связь ценностей экономики и власти может свидетельствовать о воспринимаемой зависимости экономической ситуации от деятельности власти, на что указывают, в том числе, исследователи проблемы [93, с. 115].

Таким образом, данный фактор можно охарактеризовать через наибольшую значимость прагматичных, политических и, возможно, государственных ценностей для респондентов.

Как видно, существенный процент объясненной дисперсии характерен для факторов, объединяющих ценности, связанные с политикой, что позволяет предполагать важность данных аспектов в «образе страны» респондентов. Данный вывод подтверждается существующими исследованиями. Так, А. В. Селезнева отмечает, что «наиболее интересующиеся политикой молодые люди проживают в Северо-Западном и Дальневосточном федеральных округах» [113, с. 129-130], связывая данную тенденцию с пограничным положением двух регионов, что делает их более зависимыми от проводимой политики. Говоря об особенностях отношения к политике представителей молодежи двух регионов, исследовательница отмечает, что «специфика жизни для них в значительной степени определяется политикой федерального Центра и взаимоотношениями России с западными и восточными соседями» [113, с. 129-130].

В целом, исследователи отмечают, что «российские граждане ... начинают оценивать Россию через призму ее образа в мире, места в международной политике, ее взаимоотношений с другими государствами» [93, с. 120].

**Четвертый фактор** – «ценности природы», объясняет 7,7% дисперсии. Определяющей переменной в данном факторе является ценность «природы

России», и сравнительно меньшей нагрузкой характеризуется ценность «российской науки».

Для респондентов с высокими значениями по фактору можно предполагать наибольшую важность природы как наименее абстрагированного, наиболее эмпирически непосредственно доступного аспекта страны. Обе переменные фактора указывают на значимость непрагматических, наиболее отвлеченных от политики аспектов жизни страны, которые можно в целом обозначить как «ценности природы».

Значимость природных аспектов российской действительности также фиксируется проводимыми исследованиями, обнаруживающими существование «таких ... объективных характеристик, как бескрайние просторы, природные ресурсы», в качестве «позитивных составляющих образа России» [117, с. 14].

Таким образом, факторный анализ позволил получить представление о структурной организации потенциальных «патриотических ценностей» в рамках «образа страны»: было выделено четыре фактора, отражающих комбинации «патриотических ценностей», соответствующие разновидностям «образа страны» в политическом сознании респондентов.

Примечательно, что полученная ценностная структура «образа страны» перекликается с данными, полученными в других исследованиях. В частности, Т. Н. Пищева, Н. С. Виноградова и А. Д. Недова обнаруживают «четыре основные группы компонентов, составляющие стержень рациональных представлений о России» [93, с. 113]. В качестве таковых исследователи выделили «представления о российском народе, национальной истории и культуре, ее роли в геополитике и на международной арене» [93, с. 113].

Полученные нами четыре фактора можно условно объединить, исходя из выраженности политических и «материалистических» тенденций. Так, факторы «геополитические ценности» и «государственно-экономические ценности», в большой мере имеют отношение к государственным институтам, могут быть соотнесены с материалистической ориентацией, в то время как факторы

«культурные ценности» и «ценности природы» носят скорее аполитичный и нематериалистический характер.

### **3.5.1. «Патриотические ценности» как объекты патриотического отношения жителей Санкт-Петербурга и Владивостока**

Поскольку описанные выше факторы «патриотических ценностей» были выявлены на основании данных об их потенциальной значимости – безотносительно к собственно патриотическому отношению респондентов, важной задачей представляется выявление возможных связей между выбором тех или иных «патриотических ценностей» и декларируемой патриотической ориентированностью.

Для достижения данной цели было проведено корреляционное исследование, в ходе которого факторы, соответствующие комбинациям «патриотических ценностей», сопоставлялись с бинарной переменной «декларируемая патриотическая ориентированность», отражающей субъективную характеристику респондентами себя как патриотов / не патриотов своей страны (России). Исследование проводилось с помощью точечного бисериального коэффициента корреляции  $r_{pb}$ , представляющего собой «метод корреляционного анализа между двумя переменными, одна из которых измерена в дихотомической шкале» [128, с. 26]. Анализ проводился как на переменных по всей выборке, так и для отдельно взятых выборок в Санкт-Петербурге и Владивостоке. Все расчеты производились в программе Microsoft Excel 2010. В таблице полученных результатов (Приложение 7) приведены также значения критерия Стьюдента, с помощью которого осуществляется проверка гипотезы о значимости точечного бисериального коэффициента корреляции [128].

В результате проведенного корреляционного исследования выявлен ряд связей факторов, соответствующих «патриотическим ценностям», с декларируемой патриотической ориентированностью респондентов. Рассмотрим

результаты для каждого из четырех факторов потенциальных «патриотических ценностей».

**1. Фактор, объединяющий «культурные ценности»,** («культура России», «русский язык», «история России» и т. д.) обнаруживает сильную связь с декларируемой патриотической ориентированностью ( $t = 6,135$ ;  $\rho < 0,001$ ), причем, данная тенденция характерна не только для всей выборки, но и для отдельно взятых выборок по Санкт-Петербургу ( $t = 3,561$ ;  $\rho < 0,001$ ) и Владивостоку ( $t = 5,232$ ;  $\rho < 0,001$ ).

Таким образом, можно с высокой долей вероятности предполагать, что респонденты, для которых «культурные ценности» в структуре «образа страны» являются потенциально наиболее значимыми, склонны считать себя патриотами своей страны. Справедлив и следующий вывод: для лиц, считающих себя патриотами, в большей степени важны культурные аспекты «образа страны».

**2. Фактор «геополитические ценности»** («положение России на мировой арене», «вооруженные силы» и т. д.) обнаруживает лишь незначительную связь с патриотической ориентированностью респондентов - на уровне статистической тенденции ( $t = 2,408$ ;  $\rho < 0,05$ ), что характерно также для отдельно взятой выборки в Санкт-Петербурге ( $t = 2,215$ ;  $\rho < 0,05$ ) и отсутствует у опрошенных владивостокцев ( $t = 1,076$ ;  $\rho > 0,1$ ).

То есть, характеристика респондентов, отдающих ведущее место «геополитическим ценностям» в структуре «образа страны», как патриотов, может быть достоверной лишь на уровне статистической тенденции, то есть, предпочтение «геополитических ценностей» не обнаруживает выраженной связи с декларированием собственной патриотической ориентированности, и обнаруживает ее полное отсутствие на владивостокской выборке.

Отметим согласованность полученных результатов с данными проводимых исследований «представлений респондентов о России», в которых, также, обнаруживается, что «для респондентов «северной столицы» важна ...

известность и значимость страны на международной арене, ее «надежность»...» [70, с. 91].

**3.** Существенные различия связи с патриотической ориентированностью в двух городах были обнаружены для **фактора, объединяющего «государственно-экономические ценности»** («российская экономика», «власть»): исследование, проведенное на всей выборке, показало существенную связь фактора с патриотической ориентированностью ( $t = 2,891$ ;  $\rho < 0,01$ ), в то время как данная тенденция подтверждается на отдельно взятой выборке в Санкт-Петербурге ( $t = 3,224$ ;  $\rho < 0,01$ ) и отсутствует во Владивостоке ( $t = 0,690$ ;  $\rho > 0,1$ ).

Таким образом, можно с большой вероятностью предполагать, что государственно-экономические аспекты «образа страны» являются объектом патриотизма для петербуржцев, не являясь таковыми для владивостокцев. Различающееся отношение к данным аспектам российской действительности, вероятно, может указывать на существующие различия в восприятии экономической ситуации и власти жителями двух городов: если в Санкт-Петербурге данные аспекты с большой вероятностью могут выступать основой патриотизма, то во Владивостоке экономика и власть патриотических чувств у респондентов не вызывают.

**4. Фактор «ценности природы»** (отображающий ценность «природы России», и в меньшей степени – «российской науки») также, обнаруживает существенные различия связи с патриотической ориентированностью в двух городах: не обнаруживая связи на всей выборке ( $t = 1,964$ ;  $\rho < 0,1$ ) и на выборке в Санкт-Петербурге ( $t = 0,181$ ;  $\rho > 0,1$ ), фактор показывает выраженную связь с патриотической ориентированностью во Владивостоке ( $t = 2,666$ ;  $\rho < 0,01$ ).

Полученные результаты дают основание предполагать, что природа России как ценность не является для респондентов объектом патриотических чувств. Однако данный вывод нельзя считать справедливым для жителей Владивостока, для которых природа оказывается предметом собственно патриотического

отношения. Таким образом, одним из важных оснований патриотизма жителей Владивостока можно считать окружающую природу.

Таким образом, проведенное корреляционное исследование позволило выявить связи потенциальных «патриотических ценностей» с декларируемой патриотической ориентированностью, то есть, изучить их представленность в структуре «образа страны» как объекта патриотического отношения респондентов. Иными словами, полученные данные позволяют делать выводы о преимущественных объектах собственно патриотических чувств респондентов, о тех ценностях, которые являются основаниями их патриотизма.

При этом результаты, полученные по всей выборке, обнаруживают существенные различия с фактами, выявленными при анализе данных в каждом из городов по отдельности. Характеризуя тенденции, обнаруженные на выборке в целом, можно сказать, что декларируемая патриотическая ориентированность оказывается связанной с «культурными» и «государственно-экономическими» ценностями (и на уровне статистической тенденции – с «геополитическими ценностями»). Таким образом, не связанными с патриотизмом можно считать ценности природы, мало связанными – ценности положения России в мире. В данном случае предметом собственно патриотических чувств можно считать культурные и экономические аспекты российской действительности (в их ценностном преломлении в политическом сознании респондентов), что может объясняться насущностью культурного наследия страны и экономических достижений как в качестве предметов гордости, так и с точки зрения дефицитности данных аспектов российской действительности и желания их развития.

Однако более примечательными выглядят *сравнительные* результаты корреляционного исследования в Санкт-Петербурге и Владивостоке, не вполне совпадающие с картиной, полученной по всей выборке.

Так, в Санкт-Петербурге с патриотической ориентированностью оказываются связаны факторы, объединяющие «культурные» и «государственно-экономические» (и в незначительной степени - «геополитические») ценности. В

то же время во Владивостоке с декларируемой патриотической ориентированностью сильно связаны «культурные ценности» и «ценности природы».

Таким образом, можно предполагать, что основания патриотизма петербуржцев – более прагматичны, связаны с политической сферой, в то время как для владивостокцев ни геополитические, ни государственно-экономические аспекты российской действительности с патриотическими чувствами не связаны: их патриотизм, вероятно, строится в большей степени на не столь прагматичных основаниях, о чем может свидетельствовать связь ценности природы с патриотической ориентированностью.

Полученные сравнительные результаты находят подтверждение в проводимых исследованиях региональной специфики политических ценностей российской молодежи: по данным, полученным А. В. Селезневой, обнаруживается большая свойственность материалистических ценностей молодым людям в Северо-Западном федеральном округе, в то время как для молодежи Дальневосточного федерального округа характерны сравнительно меньшие показатели материалистичности [113, с. 134-135]. Полученные нами данные о связи ценностей природы с патриотической ориентированностью опрошенных владивостокцев, а также о связи геополитических и государственно-экономических ценностей с патриотизмом опрошенных петербуржцев, согласуются с обозначенной тенденцией. Кроме этого, обнаруженные различия могут объясняться существенно разными характеристиками исследованных городов: если в Санкт-Петербурге первостепенным предметом гордости для местного населения и традиционным предметом интереса въездного туризма считается культурное наследие, то одним из наиболее значимых достоинств Владивостока для местного населения является его природа, в связи с чем данные характеристики выступают в качестве оснований патриотизма исследованной части жителей обоих городов.

В то же время в качестве общей основы патриотизма для представителей обоих городов могут рассматриваться «культурные ценности»: данный фактор



обнаруживает наибольшую связь с декларируемой патриотической ориентированностью как на всей выборке, так и в каждом из городов в отдельности.

### **3.6. Личностные характеристики и характеристики ценностной структуры респондентов как предикторы патриотического отношения: логистический регрессионный анализ**

В качестве предикторов в модель были включены двенадцать независимых переменных: во-первых, полученные в ходе предшествующей факторизации шкал опросника FPI две стандартизированные переменные, соответствующие двум факторам: «стеничность» и «астеничность»; во-вторых – стандартизированные переменные-факторы, полученные в результате факторного анализа шкал ценностного опросника Ш. Шварца: три переменных, соответствующих ценностям на уровне нормативных идеалов: «открытость изменениям», «консерватизм» и «самовозвышение», и три – на уровне личностных приоритетов: факторы «достижения» и «консерватизм», а также стандартизированная переменная «универсализм». Помимо факторов, в модель были включены переменные, кодирующие анкетные данные респондентов: «возраст» (метрическая шкала) и «пол» (номинальная шкала – бинарная переменная) Таким образом, девять из десяти независимых переменных являются метрическими, а переменная «пол» включена в модель как категориальная.

На данном этапе исследования проверялась *гипотеза № 4 - о существовании личностных характеристик (переменные, соответствующие факторам опросника FPI) и характеристик структуры ценностей личности (переменные, соответствующие факторам опросника Ш. Шварца), связанных с декларируемой патриотической ориентированностью респондентов и могущих выступать ее предикторами.*

Максимально допустимое количество переменных-предикторов, которые могут быть включены в регрессионную модель для получения наиболее точных

результатов, определялось исходя из формулы:  $N \geq 50 + 8m$ , где  $N$  – количество наблюдений,  $m$  – количество предикторов [153].

Для построения уравнения регрессии был выбран обратный метод LR (отношения правдоподобия), основанный на процедуре пошагового исключения из изначального уравнения регрессии (содержащего все заданные независимые переменные) тех предикторов, «влияние которых на зависимую переменную оказывается недостаточным согласно установленному критерию» [74, с. 350]. При этом «исключение проводится до тех пор, пока в уравнении останутся только те предикторы, которые удовлетворяют заданному критерию» [74, с. 350].

Объединенные критерии для коэффициентов модели приводятся в Приложении 8, сводка для регрессионной модели – в Приложении 9.

Как видно из классификационной таблицы (Приложение 10), окончательная модель, полученная на шаге №7, верно предсказывает 71,5% значений зависимой переменной, то есть, прогнозируемые значения зависимой переменной «декларируемая патриотическая ориентированность» (в таблице обозначена как «патриотизм»), рассчитанные по уравнению регрессии, совпали с фактически наблюдаемыми значениями в 71,5% случаев. Таким образом, декларируемая патриотическая ориентированность респондентов с большой вероятностью может быть спрогнозирована по значениям переменных, вошедших в итоговую регрессионную модель. Итоговое содержание модели приведено в Таблице 24.

Таблица 24. Переменные в уравнении регрессии для зависимой переменной «декларируемая патриотическая ориентированность»

		Переменные в уравнении					
		В	Стд.Ошибка	Вальд	ст.св.	Знч.	Exp(B)
Шаг 7 <sup>a</sup>	возраст	,102	,054	3,527	1	,060	1,107
	FAС1_FPI_стеничность	,461	,227	4,135	1	,042	1,585

FAC1_Schwartz_открытость_нормативные_идеалы	,481	,247	3,780	1	,052	1,618
FAC3_Schwartz_самовозвышение_нормативные_идеалы	,371	,211	3,081	1	,079	1,449
FAC1_Schwartz_консерватизм_лич_приоритеты	-,756	,276	7,495	1	,006	,469
Z_Schwartz_УНИВЕРСАЛИЗМ_лич_приоритеты	,528	,238	4,948	1	,026	1,696
Константа	-1,437	1,175	1,496	1	,221	,238

Как видно из таблицы, в конечную модель вошли шесть предикторов, на основе которых могут достоверно прогнозироваться значения зависимой переменной: «возраст», фактор «стеничность» теста FPI, факторы ценностного опросника Ш. Шварца: «открытость» и «самовозвышение» на уровне нормативных идеалов, «консерватизм» и переменная «универсализм» - на уровне личностных приоритетов.

Из шести переменных модели лишь три характеризуются достаточно высоким уровнем значимости показателя статистики Вальда: фактор «стеничность» теста FPI, фактор «консерватизм» и стандартизированная переменная «универсализм» на уровне личностных приоритетов ценностного опросника Ш. Шварца.

Поскольку наиболее значимым предиктором декларируемой патриотической ориентированности респондентов является **фактор «консерватизм»** (включающий шкалы «конформность», «традиции» и «безопасность» ценностного опросника Ш. Шварца на уровне личностных приоритетов), причем, чем выше оценки по данному фактору, тем меньше вероятность того, что респондент считает себя патриотом своей страны (России),

можно с высокой вероятностью прогнозировать, что *респонденты, руководствующиеся такими ценностями, как соблюдение принятых норм поведения, следование традициям (и их сохранение), стабильность, защищенность, не будут считать себя патриотами*

Иными словами, лица, преимущественно руководствующиеся социальными нормами в своем поведении и мышлении, высоко ценящие и соблюдающие традиции, в наименьшей степени склонны характеризовать себя как патриотов. И наоборот: респонденты, для которых общественный порядок, социальные требования и традиции менее важны, вероятнее всего будут считать себя патриотами России.

Выявленная тенденция, на первый взгляд, является несколько неожиданной, поскольку свидетельствует о том, что для респондентов, декларирующих свою патриотическую ориентированность, не являются важными социальные требования и традиционная культура (в то время как патриотизм часто связывается с традиционными, консервативными ценностями [7, 54, 69]). Однако данный факт не означает, что патриотизм как ценностная ориентация не был усвоен респондентами из социального, культурного окружения.

Вероятно, выявленная тенденция говорит о связи патриотической ориентированности респондентов с важностью для них таких ценностей, как независимость от социального окружения, самостоятельность, в частности - отсутствие внешнего принуждения в выборе собственных политических ценностей, установок и политического поведения.

Отметим, что современные исследования ценностной сферы российской молодежи также обнаруживают свойственный ей «отказ от традиционных политических ценностей» [131, с. 83], индивидуализацию [28]. Отмечается, что «современная молодежь ... менее традиционна» [28, с. 204].

Описанные характеристики ценностной структуры респондентов, считающих себя патриотами, позволяют предполагать, что *патриотизм не воспринимается ими как навязанный извне, но скорее как результат собственного свободного выбора.*

Еще один значимый предиктор декларируемой патриотической ориентированности респондентов – **ценность «универсализма» на уровне личностных приоритетов**, связанная с важностью для личности таких ценностей, как терпимость, благополучие во всемирном масштабе, и тенденцией к их воплощению в собственном поведении.

Таким образом, патриотический выбор респондентов может быть спрогнозирован по наличию у них таких «ценностей-качеств» [87], как терпимость, пацифизм.

Данный вывод также на первый взгляд является противоречащим стереотипным представлениям о патриотизме как противоположности космополитизма [46], в то время как именно второму феномену считается свойственным стремление к общемировому благополучию. Однако в данном случае прогностическая возможность ценности «универсализма», вероятнее всего, свидетельствует о том, что *респондентам, считающим себя патриотами страны, свойственна терпимость, стремление к миру, что может говорить об отсутствии агрессивных тенденций в психологических основаниях их патриотизма.*

Отметим, что в проводимых на российской выборке исследованиях выявляется тенденция к ассоциированию респондентами «специфического русского менталитета» с такими «чертами как толерантность, доброта, способность объединяться перед лицом угрозы» [93, с. 113], что находит подтверждение в полученных нами данных.

Кроме этого, зарубежные исследования также обнаруживают положительную связь патриотизма с толерантностью к меньшинствам [142, 147]. Также выявляется, что конструктивный патриотизм позитивно связан с эмпатией и просоциальными ценностями [147]. Таким образом, полученные данные обнаруживают соответствие результатам более широких исследований, что может рассматриваться как подтверждение выявляемой тенденции.

Значимым предиктором патриотической ориентированности респондентов оказался также **фактор «стеничность»** (включающий такие личностные

характеристики, как маскулинизм, экстраверсия, общительность, уравновешенность).

Следовательно, можно утверждать, что *социально активные, общительные, стремящиеся к лидерству, предприимчивые индивиды, в большей степени склонны называть себя патриотами своей страны*. И наоборот: лица, не характеризующиеся данным набором качеств, вероятнее всего, декларируют отсутствие собственной патриотической ориентированности.

Немаловажным результатом является также выявленное отсутствие прогностической силы ряда переменных в отношении патриотической ориентированности. Так, ни одна из ценностей на уровне нормативных идеалов (факторы «консерватизм», «открытость» и «самовозвышение») не является предиктором патриотической ориентированности респондентов, в то время как на уровне личностных приоритетов только один из трех факторов не оказывает влияния на «патриотический выбор» респондентов: фактор «достижения».

Следовательно, можно предполагать, что патриотическую ориентированность можно прогнозировать по характеристикам поведения, то есть, по воплощаемым в нем ценностям, поскольку ценности на уровне «личностных приоритетов» имеют тенденцию к реализации в поведении.

Из исследуемых характеристик личности не связанными с декларируемой патриотической ориентированностью респондентов оказались раздражительность, эмоциональная лабильность, депрессивность, спонтанная агрессивность, невротичность (фактор «астеничность» теста FPI). Таким образом, *лица, характеризующихся эмоциональной неустойчивостью и слабовыраженной способностью к самообладанию, вероятно, не будут считать себя патриотами России*.

Кроме того, патриотическая ориентированность респондентов оказалась не связанной с их возрастом (в модели данная переменная характеризуется недостаточным уровнем значимости), что может свидетельствовать об *отсутствии возрастных различий в отнесении себя к «патриотам» страны* (но только в пределах исследованной возрастной категории), а также с гендерной

принадлежностью (следовательно, патриотическая ориентированность не связана с полом).

В целом на основании полученных данных о личностных и ценностных предикторах патриотической ориентированности респондентов (соответственно, социальная активность и стремление к лидерству, а также к самостоятельности и независимости), можно предположить, что патриотизм может выступать для них «орудием» достижения социального одобрения и социального статуса, воспринимаясь как социально-одобряемый феномен. В то же время нельзя утверждать, что патриотизм может служить орудием воплощения собственной агрессии и враждебности, в силу его связи с терпимостью и в целом мирной ориентированностью.

### Выводы к Главе 3

Результаты проведенного эмпирического исследования патриотизма как ценностной ориентации в политическом сознании жителей Санкт-Петербурга и Владивостока позволяют сделать ряд выводов о психологических характеристиках феномена и их различиях у представителей двух городов.

Во-первых, было обнаружено, что количество респондентов, считающих себя патриотами своей страны (России), значимо больше по сравнению с количеством лиц, не считающих себя таковыми. При этом декларирование патриотической ориентированности не связано с гендерной принадлежностью и городом проживания респондентов, что дает основания считать подобное соотношение относительно универсальным для исследованной возрастной категории. Полученный результат согласуется с данными исследований, проводимых в России в последние годы.

Было выявлено, что большинство респондентов обнаруживают положительное отношение к патриотизму, а также расценивают отношение к феномену в современном российском обществе как положительное, что позволяет подтвердить гипотезу № 1 и дает основания предполагать

существование патриотизма в политическом сознании респондентов в качестве *позитивной ценности*, а также его восприятие как *социально одобряемого феномена*.

Во-вторых, были исследованы «патриотические ценности» как структурные составляющие «образа страны» в политическом сознании респондентов. Исследование проводилось в двух аспектах: с точки зрения потенциальной значимости и актуальной представленности «патриотических ценностей» в политическом сознании респондентов.

С точки зрения потенциальной значимости обнаружено *преобладание таких ценностей, как «русский язык», «культура России» и «природа России», и наименьшая значимость ценностей «власти» и «спортивных достижений России»*. В то же время *наибольшей актуальностью характеризуются ценности «народ России» и «культура России», тогда как неактуальными для респондентов оказались ценности «российская наука», «российская экономика» и «спортивные достижения России»*.

Кроме этого, выявлено «интегральное» понимание объекта патриотического отношения (выраженное в широких категориях: «страна», «Родина», «Отечество» и т. д.), рассмотренное как обобщающая категория для исследуемых «патриотических ценностей». Наибольшая распространенность упоминания респондентами этой категории в качестве объекта патриотического отношения позволяет констатировать выраженность *тенденции к малой субъективной детализации «образа страны» респондентами*.

Сравнение потенциальной и актуальной значимости «патриотических ценностей» показывает в целом совпадение набора ценностных категорий (за исключением ценности «российская наука»), однако, их оценки существенно различаются, обнаруживая совпадение лишь для двух ценностей: «культура России» (высокая потенциальная и актуальная значимость) и «власть» (относительно малая потенциальная и актуальная значимость). Таким образом, *ценность «культура России» оказывается наиболее важной для респондентов, как потенциально, так и актуально*.



Ценностная структура субъективного «образа страны» респондентов была исследована с помощью факторного анализа «патриотических ценностей» как его составляющих. В результате можно говорить о существовании четырех факторов, соответствующих комбинациям «патриотических ценностей»: «культурные ценности» («культура», «русский язык», «история России», «народ России»), «геополитические» («положение России на мировой арене», «вооруженные силы», «спортивные достижения»), «государственно-экономические» («экономика» и «власть»), «ценности природы» (ценность «природа России»).

С помощью бисериального коэффициента корреляции были выявлены связи патриотической ориентированности с факторами «культурные» и «государственно-экономические ценности» (в целом по выборке), причем, данная тенденция характерна лишь для исследованных жителей Санкт-Петербурга. В то же время на владивостокской выборке патриотическая ориентированность оказывается связанной с факторами «культурные ценности» и «ценности природы», что позволяет считать основания патриотизма в двух городах различающимися (более «политическими» в Санкт-Петербурге и скорее «естественными» - во Владивостоке). Таким образом, подтвержденной можно считать гипотезу № 2. При этом «культурные ценности» обнаруживают наиболее сильную связь с патриотической ориентированностью в обоих городах. Таким образом, первостепенная значимость культурных оснований патриотизма и универсальность данной тенденции для представителей двух городов подтверждается на всех уровнях исследования «патриотических ценностей».

В-третьих, поисковое контент-аналитическое исследование позволило выявить пять основных уровней понимания и проявления «патриотического отношения»: *аффективный, когнитивный, интенциональный, нравственный, поведенческий.*

*Наибольшая распространенность упоминания аффективного аспекта «патриотического отношения» (как на всей выборке, так и в отдельно взятых группах владивостокских и петербургских респондентов) позволяет констатировать доминирование эмоционального, аффективного понимания*

*патриотизма и «патриотического отношения»*, то есть, его интерпретации через те или иные чувства, эмоции.

*Когнитивный уровень реализации «патриотического отношения» респонденты в Санкт-Петербурге упоминают значительно чаще по сравнению с владивостокцами ( $\chi^2 = 12,600$ ;  $p < 0,001$ ), что свидетельствует в пользу большей значимости рациональных аспектов отношения к своей стране для петербургских респондентов и сравнительно меньшей – у владивостокских, позволяя подтвердить гипотезу № 3.*

В целом соотношение частот упоминаний пяти разновидностей «патриотического отношения» характеризуется *наибольшей представленностью его аффективного и поведенческого аспектов*, что позволяет предполагать преобладание «эмоционально-действенного» характера «патриотического отношения» в понимании респондентов: помимо «любви к Родине», важным аспектом «патриотического отношения» для них является его выражение в конкретных делах, поступках, поведении. Данный вывод можно рассматривать как показатель существования *тенденции к выражению своих патриотических чувств в поведении*, в противоположность сведению феномена лишь к декларированию своей патриотической позиции либо к готовности поступать тем или иным образом (которая не обязательно воплощается в реальном поведении). Сравнительно малая выраженность нравственных и рациональных аспектов «патриотического отношения» может указывать на относительно непродуманный, стихийный характер «патриотического отношения» в понимании респондентов.

В-четвертых, проведенный регрессионный анализ (с применением процедуры логистической регрессии) позволил обнаружить, что *декларирование патриотической ориентированности может быть спрогнозировано с большой вероятностью, во-первых, по качествам личности, таким, как социальная активность и стремление к лидерству, во-вторых – по значимости таких ценностей (имеющих тенденцию к реализации в поведении), как самостоятельность и независимость, терпимость, стремление к благополучию в мировом масштабе*, что подтверждает гипотезу № 4.

Исходя из указанных личностных и ценностных характеристик респондентов, считающих себя патриотами, можно предполагать, во-первых, наличие у них таких качеств, как *ориентированность на созидательную деятельность, а также отсутствие выраженных агрессивных, враждебных тенденций, что может указывать скорее на «мирный» характер их патриотизма;* во-вторых, можно предполагать, что *собственный «патриотический выбор» они воспринимают скорее как свободный и самостоятельный, не обусловленный внешним принуждением.* В-третьих, вероятно, *патриотизм может выступать для респондентов «орудием» достижения социального одобрения и социального статуса.*

На основании полученных данных можно заключить, что, вероятнее всего, патриотизм является позитивной ценностью и воспринимается респондентами как социально-одобряемый феномен, вследствие чего его в большей степени склонны демонстрировать люди, стремящиеся к социальному одобрению и доминированию. При этом результаты исследования позволяют предполагать малую субъективную детализацию патриотизма и «образа страны» как его составляющей, что выражается в доминировании обобщенных и недифференцированных категорий, стереотипных представлений в понимании феномена. Кроме этого, основания патриотизма, являясь сравнительно более «политизированными» и «рациональными» в Санкт-Петербурге и более «естественными» и неполитическими во Владивостоке, в целом обнаруживают наибольшую связь с «культурными ценностями», таким образом, показывая первостепенность культурных основ патриотизма для исследованных категорий россиян.

## Заключение

Проведенное теоретическое и эмпирическое исследование патриотизма, осмысленного в системе политико-психологических категорий, позволило сделать некоторые существенные выводы о психологической сущности феномена.

На теоретическом этапе исследования патриотизм был концептуализирован как *политическая ценность / ценностная ориентация*, что позволило рассмотреть его место в структуре личности, а также конкретизировать психологический смысл, вкладываемый в понятие. Категория «ценностей» / «ценностных ориентаций» применительно к исследованию феномена позволила охватить основные сферы личности в рассмотрении его психологической структуры.

Структурный и субъект-объектный подходы позволили изучить патриотизм как политическую ценностную ориентацию на уровне субъекта, объекта («образа страны») и «патриотического отношения» (субъекта к объекту). На каждом уровне были исследованы психологические аспекты и составляющие феномена. Основной акцент сделан на изучение когнитивных аспектов феномена, что следует из его включения в категорию политического сознания: в качестве основного объекта исследования выступили, прежде всего, осознаваемые респондентами аспекты патриотизма как политической ценности / ценностной ориентации. Включение патриотизма в качестве политической ценностной ориентации в более широкую категорию *политического сознания* открывает возможности исследования связи феномена с другими составляющими данной категории, по отношению к которым патриотизм в качестве политической ценности / ценностной ориентации занимает определяющее положение.

Эвристичность предлагаемого подхода была апробирована в рамках проведенного эмпирического исследования патриотизма как политической ценностной ориентации представителей Санкт-Петербурга и Владивостока, в качестве основной цели имевшего изучение ценностных аспектов феномена, его личностных предпосылок, а также психологической структуры. Исследование

позволило сделать сравнительные выводы о психологических аспектах патриотизма как ценностной ориентации в политическом сознании жителей двух городов.

На основе полученных результатов можно утверждать существование патриотизма в политическом сознании респондентов в качестве *положительной политической ценности / ценностной ориентации*, а также его преимущественное восприятие как *социально одобряемого феномена*.

Рассмотрение патриотизма на уровне трех его структурных составляющих (субъекта, объекта и отношения) обусловило, во-первых, исследование его *объекта* – *«образа страны»*, осуществленного посредством изучения представленности и структуры *«патриотических ценностей»* как его элементов в политическом сознании респондентов. Полученные результаты позволяют констатировать рассогласование потенциальной значимости и актуальной представленности *«патриотических ценностей»* в политическом сознании респондентов, что может расцениваться как показатель несоответствия реального состояния определенных сфер российской действительности желаемому, либо как проявление недостаточной продуманности собственного патриотического отношения респондентами, и в целом указывает на существование потенциальных направлений развития патриотизма (соответствующих развитию таких *«патриотических ценностей»* и аспектов российской действительности, как, например, *«российская наука»*, *«спортивные достижения России»*, *«российская экономика»*, *«положение России на мировой арене»* и некоторых других).

Полученные данные показывают, что *наибольшей потенциальной значимостью для опрошенных россиян являются «культурные»* (в обобщенном смысле: *«русский язык и литература»*, *«природа России»*, *«культура России»*) *аспекты российской действительности*, не имеющие выраженных политических коннотаций, в противоположность ценностям, связанным непосредственно с политической сферой (таким, как *«власть»*, *«экономика»*), оказывающимся наименее важными. При этом *наибольшей актуальностью характеризуются ценности «народ России» и «культура России»* (при наименьшей актуальности

*ценностей «российской науки», «российской экономики» и «спортивных достижений»).*

Исследованная с помощью факторного анализа *структура «образа страны»* в политическом сознании респондентов может быть охарактеризована посредством четырех основных категорий «патриотических ценностей»: «культурные» (включает ценности «культура России», «русский язык», «история России», «народ России»), «геополитические» («положение России на мировой арене», «вооруженные силы», «спортивные достижения»), «государственно-экономические» («российская экономика» и «власть»), «ценности природы» («природа России»).

Выявленные категории «патриотических ценностей» демонстрируют различный характер связи с патриотической ориентированностью в Санкт-Петербурге и Владивостоке: *для петербуржцев патриотизм оказывается связан с «культурными» и «государственно-экономическими» (и в незначительной степени - «геополитическими»), в то время как для владивостокцев - с «культурными ценностями» и «ценностями природы».* Таким образом, основания патриотизма опрошенных петербуржцев могут быть обозначены как сравнительно более рационалистичные, связанные с политической сферой, в то время как патриотизм исследованных владивостокцев, вероятно, строится в большей степени на более естественных основаниях, не связанных со сферой политики (ни геополитические, ни государственно-экономические аспекты российской действительности не обнаруживают связи с их патриотической ориентированностью).

Таким образом, по результатам, полученным на всех уровнях анализа «патриотических ценностей», *наиболее распространенным основанием патриотизма могут считаться «культурные ценности»: «образ страны» как объект патриотического отношения респондентов имеет преимущественную наполненность такими ценностями, как «русский язык», «история России», «российский народ», что позволяет считать данные «патриотические*

*ценности» и соответствующие аспекты российской действительности универсальными ценностными основаниями патриотизма опрошенных россиян.*

Исследование особенностей **«патриотического отношения»** в понимании респондентов позволило выявить ряд его разновидностей, соответствующих проявлениям патриотизма на уровне пяти сфер личности: *аффективной, когнитивной, интенциональной, нравственной, поведенческой.* Обнаружено доминирование упоминания *аффективных и поведенческих аспектов*, что, при сравнительно малой представленности нравственного, когнитивного и интенционального, может указывать на склонность к *стихийному, преимущественно нерациональному характеру «патриотического отношения»* и соответствующего политического поведения респондентов.

Значительно *большая представленность когнитивного аспекта «патриотического отношения» в ответах петербургских респондентов* по сравнению с владивостокскими позволяет предполагать, что элемент сознательности, продуманности в большей степени может быть характеристикой «патриотического отношения» опрошенных петербуржцев.

Изучение психологических характеристик патриотизма на уровне его **субъекта**, проведенное с помощью регрессионного анализа (метод логистической регрессии), позволило обнаружить некоторые значимые предпосылки декларирования патриотической ориентированности, являющиеся характеристиками личности (измеренными тестом FPI), а также системы ценностей респондентов (исследованными с помощью ценностного опросника Ш. Шварца). В качестве значимых предикторов декларирования патриотической ориентированности респондентами обнаружены *такие качества личности, как социальная активность и стремление к лидерству, и значимость таких ценностей (имеющих тенденцию к реализации в поведении), как самостоятельность и независимость, терпимость, стремление к благополучию в мировом масштабе.*

В совокупности данные, полученные в результате проведенного исследования, позволяют заключить, что представления респондентов о

«патриотическом отношении» и «образе страны» как его объекте в целом обнаруживают внутреннее разнообразие, однако, доминирующими в понимании феномена оказываются наиболее широкие, обобщенные, внутренне недифференцированные, даже *стереотипные представления*, что позволяет предполагать *недостаточную рациональную проработанность* патриотизма респондентами. Данная тенденция, по-видимому, отражается на несогласованности потенциальной значимости и актуальной представленности «патриотических ценностей» и в целом позволяет предполагать *усвоенность патриотизма как ценности и ценностной ориентации*, а также может свидетельствовать о том, что усвоение подобной ценности и нормы поведения (вероятно, из информационного пространства) является *преимущественно не критичным*.

Вероятно, патриотизм, как социально одобряемая ценность и норма, *усваивается и демонстрируется преимущественно лицами, склонными к лидерству и социальной активности, в целях социального возвышения*. При этом выявленные *ценностные основания патриотизма* опрошенных россиян обнаруживают существенные локальные различия и позволяют предполагать сравнительно более *рациональный, политизированный характер патриотизма у представителей Санкт-Петербурга* и более *естественный, не связанный со сферой политики – у опрошенных владивостокцев*. Однако универсальным объектом патриотического отношения для представителей обоих городов оказываются «культурные ценности» («русский язык», «история России», «российский народ» и т. д.). Таким образом, в основе патриотизма исследованной молодежи двух городов можно предполагать идентификацию именно с культурными аспектами «образа страны».

Еще одной существенной характеристикой патриотического отношения респондентов с высокой долей вероятности можно считать терпимость, в целом мирную созидательную направленность: агрессивные, искаженные трактовки феномена практически отсутствуют.



На основании проведенного исследования можно сделать следующие **ВЫВОДЫ:**

1. Патриотизм существует в политическом сознании исследованной молодежи Санкт-Петербурга и Владивостока в качестве положительной политической ценности / ценностной ориентации, выступая как социально одобряемый феномен.

2. Наибольшей потенциальной значимостью для респондентов Санкт-Петербурга и Владивостока являются такие «патриотические ценности», как «русский язык и литература», «культура России» «природа России», и соответствующие аспекты российской действительности, наименьшей – ценности «власть», «экономика». Наиболее актуальны для респондентов ценности «народ России» и «культура России». Ценности «русской науки», «русской экономики» и «спортивных достижений» - наименее актуальны.

3. Ценностная структура «образа страны» в политическом сознании респондентов может быть охарактеризована посредством четырех основных категорий: «культурные ценности» (ценности «культура России», «русский язык», «история России», «народ России»), «геополитические ценности» («положение России на мировой арене», «вооруженные силы», «спортивные достижения»), «государственно-экономические ценности» («русская экономика» и «власть»), «ценности природы» («природа России»). Преимущественным объектом патриотического отношения для представителей обоих городов оказываются «культурные ценности».

4. Для опрошенных петербуржцев патриотизм связан с «культурными» и «государственно-экономическими» ценностями (в незначительной степени – с «геополитическими»), в то время как для представителей Владивостока - с «культурными ценностями» и «ценностями природы», что позволяет обозначить основания патриотизма представителей Санкт-Петербурга как сравнительно более рационалистичные, связанные с политической сферой.

5. Проявления «патриотического отношения» в понимании респондентов представлены пятью уровнями, соответствующими аффективной, когнитивной,

интенциональной, нравственной, поведенческой сферам личности. Когнитивный аспект «патриотического отношения» обнаруживает значительно большую представленность в ответах петербургских респондентов, указывая на их сравнительно большую склонность к сознательности, продуманности собственного «патриотического отношения». Доминирует упоминание аффективных и поведенческих аспектов при сравнительно малой представленности нравственного, когнитивного и интенционального.

6. В понимании «патриотического отношения» и «образа страны» респондентов доминируют наиболее широкие, обобщенные, внутренне недифференцированные представления, что позволяет предполагать относительно малую рациональную проработанность понимания патриотизма респондентами.

7. Значимыми предпосылками патриотической ориентированности респондентов выступают такие качества, как социальная активность и стремление к лидерству, высокая значимость ценностей самостоятельности и независимости, терпимости, стремления к благополучию в мировом масштабе, что указывает на преимущественную склонность к усвоению и демонстрации социально одобряемой ценности патриотизма лицами, характеризующимися социальной активностью и стремлением к лидерству, вероятно, в целях социального возвышения.

Таким образом, по результатам проведенного исследования патриотизм, как политическая ценность и ценностная ориентация, может считаться в целом *социально-одобряемым феноменом, при этом не сильно продуманным респондентами, воспринимаемым довольно упрощенно, вероятно, усвоенным извне, и имеющим преимущественную связь с ценностями культуры, а также с терпимостью и созидательной направленностью.*

В целом проведенное эмпирическое исследование характеризуется согласованностью результатов, полученных на разных этапах анализа, посредством различных методов, а также находит подтверждение в проводящихся исследованиях проблемы, что позволяет, не смотря на определенную ограниченность выборки, подтвердить достоверность полученных данных и

обоснованность сделанных выводов. Тем не менее, интерпретация полученных данных осуществлена с осторожностью, выражающейся в воздержании от обобщения выявленных тенденций на генеральную совокупность.

В целом обнаруженные тенденции и выводы исследования представляют фундаментальную и *практическую значимость*, обуславливают направления дальнейшей исследовательской и практической работы.

Прежде всего, выявленные тенденции могут быть использованы в рамках деятельности по разработке и реализации программ и концепций патриотического воспитания россиян (как на федеральном уровне, так и на уровне субъектов Российской Федерации). Выводы исследования предоставляют важную информацию в рамках деятельности по формированию и развитию единой консолидирующей ценностной основы современного российского патриотизма (в частности, выявленный факт первостепенной значимости «культурных ценностей» как основы патриотизма исследованной молодежи в двух городах, указывает на потенциальную роль культурных ценностей как действенного консолидирующего фактора для многонационального российского общества).

Кроме этого, были обнаружены некоторые стороны патриотизма, требующие особого внимания и развития, в частности - малая актуальность таких потенциальных «патриотических ценностей», как российская наука, спортивные достижения, экономика, положение страны на международной арене, власть, относительно малая развитость «местного» патриотизма – положительного патриотического отношения россиян к непосредственному окружению.

Практическая польза полученных результатов заключается в том, что они позволяют сформулировать представление о наиболее адекватных и эффективных способах формирования и развития патриотизма (преимущественно через аффективную и поведенческую сферы личности), что может быть использовано в рамках патриотического воспитания.

Разработанная и апробированная в настоящем исследовании теоретическая модель патриотизма как политической ценности / ценностной ориентации в политическом сознании россиян, а также полученные эмпирические результаты и

сделанные выводы, представляют *фундаментальную значимость*, намечая дальнейшее направление исследований патриотизма как политико-психологического феномена, являющегося крайне важным в современной российской действительности и требующего детального психологического исследования.

## Список использованных терминов

**1. «Образ Отечества» / «образ страны»** - «отражение элементов социокультурной среды в сознании людей, в результате которого они приобретают для личности (как и для любого социального субъекта) значащий смысл» [38, с. 85] и ценность.

**2. Патриотизм** - элемент индивидуального или общественного политического сознания; политическая ценностная ориентация, предполагающая положительное ценностное отношение (проявляющееся на уровне аффективной, когнитивной, поведенческой, интенциональной и нравственной сфер личности) субъекта (личности или общества) к объекту – субъективному «образу страны», включающему конкретные ценности и ценностные ориентации, соответствующие аспектам российской действительности.

**3. «Патриотические ценности»** - элементы структуры «образа страны», представляющие собой ценностное преломление объективных аспектов российской действительности в политическом сознании россиян.

**4. «Патриотическое отношение» / «ценностно-патриотическое отношение»** - «переживание отношения к окружающей действительности через систему морально-нравственных критериев, принятых в обществе» [104, с. 69], выражающееся «в чувствах (переживаниях), в их рефлексиях, в сознательно принятых, понятийно оформленных убеждениях» [11, с. 294].

**5. Политические ценности** - «политические убеждения и цели индивидуума или общества, отражающие в их сознании устойчивую положительную значимость тех или иных смыслов, принципов и явлений и служащие ориентирами в мире политики» [116, с. 6].

**6. Политические ценностные ориентации** - «психологические компоненты в структуре личности, являющиеся результатом осознания человеком своих политических ценностей» [115, с. 30].

**7. Политическое сознание** - «вариант общественного сознания», включающий «результаты восприятия субъектом той части окружающей его

действительности, которая связана с политикой и в которую включен он сам, а также его действия и состояния, связанные с политикой» [85, с. 59].

## Список литературы

1. Абрамов, А. В. Становление и развитие современного российского патриотизма как явления политического сознания: дисс. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Абрамов Андрей Вячеславович. - Москва, 2001. – 181 с.
2. Акулич, М. М., Дмитриева, Н. М. Патриотизм в системе нравственных ценностей россиян / М. М. Акулич, Н. М. Дмитриева // Безопасность Евразии. – 2004. - № 2. - С. 395-411.
3. Алимова, С. Б. Патриотизм как политическая ценность и технология / С. Б. Алимова // Вестник КарГУ. – 2007. - № 3. - С.140 - 144.
4. Ананьев, Б. Г. Человек как предмет познания / Б. Г. Ананьев. - СПб. : Питер, 2002. - 280 с.
5. Анисимова, Т. В., Бычков, П. А. Психологические аспекты гражданской идентичности / Т. В. Анисимова, П. А. Бычков // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 16. Психология. Педагогика. - 2015. - № 3. - С. 63-69.
6. Балин, В. Д., Гайда, В. К., Гербачевский, В. К. и др. Практикум по общей, экспериментальной и прикладной психологии / Под общей ред. А. А. Крылова, С. А. Маничева. — 2-е изд., доп. и перераб. — СПб. : Питер, 2003. - 560 с.
7. Барабанов, М. В. Партии и многопартийность в современной России: возникновение, основные тенденции развития / М. В. Барабанов. – М. : Издательство МГОУ, 2011. – 456 с.
8. Батаршев, А. В. Диагностика пограничных расстройств личности и поведения / А. В. Батаршев. - М. : Изд-во Института Психотерапии, 2004. – 320 с.
9. Белецкая, А. А. Особенности жизненных стратегий учащихся старших классов: кросс-культурный аспект: автореф. дис. ... канд. псих. наук : 19.00.13 / Белецкая Анна Александровна. – Москва, 2012. – 24 с.
10. Богдан, И. В. Политические ценности в современной России: когнитивные, эмоциональные и поведенческие аспекты / И. В. Богдан // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. - 2014. - № 3 (35). - С. 24-34.

11. Большой психологический словарь / Под ред. Б. Г. Мещерякова, В. П. Зинченко. - М., 2003. - 672 с.
12. Бражникова, А. Н. Гражданская активность и патриотизм современной молодежи / А. Н. Бражникова // Вестник Брянского государственного университета. - 2011. - №1. - С. 211-215.
13. Бузский, М. П. Теоретические проблемы патриотизма и патриотического воспитания : монография / М. П. Бузский, А. Н. Вырщиков, М. Б. Кусмарцев. – Волгоград : Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 2008. – 90 с.
14. Бузунова, Л. Г. Духовность и картина мира человека / Л. Г. Бузунова // Вестник ТГПУ. - 2005. - Выпуск 1 (45). - С. 5-7.
15. Бусыгина, И. М. Какие ценности в цене? / И. М. Бусыгина // Полис. Политические исследования. - 2004. - № 1. - С. 17-18.
16. Бызова, В.М. Картина мира как эмоционально-когнитивная целостность / В. М. Бызова, Ю. Г. Гривцова // Психологические проблемы самореализации личности. – 2008. – Вып. 12. – С. 123-129.
17. Василюк, Ф. Е. Структура образа / Ф.Е. Василюк // Вопросы психологии. - 1993. - № 5. – С. 5-19.
18. Ватулин, А. И. Идеология и ее механизмы / А. И. Ватулин // Вестник политической психологии. - 2003. - № 2(5). - С. 20–24.
19. Воейкова, А. А. Ценностные концепты русских и американских рекламных текстов и их анализ методом семантического дифференциала / А. А. Воейкова // Вестник Челябинского государственного университета. - 2009. - № 35 (173). - С. 27–30.
20. Вручение грамот о присвоении звания «Город воинской славы» 22.06.2015 [Электронный ресурс] / Сайт Президента Российской Федерации. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/49746> (дата обращения: 02.12.2015).
21. Встреча с представителями общественности по вопросам патриотического воспитания молодежи 12.09.2012 [Электронный ресурс] / Сайт Президента



- Российской Федерации. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/16470> (дата обращения: 03.12.2015).
22. Встреча со студентами юридических вузов Москвы 3.12.2013 [Электронный ресурс] / Сайт Президента Российской Федерации. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/19778> (дата обращения: 02.12.2015).
23. Вырщиков, А. Н., Кусмарцев, М. Б. Патриотическое воспитание молодежи в современном российском обществе : монография / А. Н. Вырщиков, М. Б. Кусмарцев. - Волгоград: НП ИПД «Авторское перо», 2006. - 172 с.
24. Вырщиков, А. Н., Кусмарцев, М. Б. Стратегия научных исследований феномена патриотизма и патриотического воспитания молодежи / А. Н. Вырщиков, М. Б. Кусмарцев. - Волгоград: Прин Терра, 2007. – 72 с.
25. Гащенко, Л. А. Методологические основы патриотической социализации студенчества : автореф. дис. ... д-ра социол. наук : 22.00.01 / Гащенко Леонид Алексеевич. - Белорус. гос. ун-т, 2005. – 41 с.
26. Гизатуллина, Э. Р. Развитие нравственной сферы личности подростка средствами социально-психологического тренинга. : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07 / Гизатуллина Эльвира Рифовна. - Нижний Новгород, 2012. - 28 с.
27. Гравер, А. А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования / А. А. Гравер // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2012. - № 3 (19). – С. 29-45.
28. Гусев, А. В. Формирование новых политических и гражданских ценностей молодежи и информационная политика в России начала XXI века / А. В. Гусев // Культура. Духовность. Общество. - 2013. - № 4. - С. 196-209.
29. Давыдова, Н. М. Региональная специфика сознания россиян / Н. М. Давыдова // Общественные науки и современность. - 1997. - № 4. - С. 12–24.
30. Дейнека, О. С., Авдеева Д. Ю. Образ государства у представителей студенческой молодежи экономических специальностей России и Франции / О. С. Дейнека, Д. Ю. Авдеева // Одиннадцатая международная научно-практическая

конференция «Экономическая психология: современные проблемы и перспективы развития»: материалы конференции. – СПб, 2011. - С. 94-98.

31. Демьянова, Е. Г. Национально-региональный компонент стандарта образования как фактор патриотического воспитания студентов : дисс. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Демьянова, Елена Геннадиевна. - Ейск, 2005. - 225 с.

32. Дилигенский, Г. Г. Социально-политическая психология / Г. Г. Дилигенский. - М.: Наука, 1994 [Электронный ресурс] / Библиотека Гумер - гуманитарные науки. - Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Psihol/dilig/](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/dilig/) (дата обращения: 28.01.2014).

33. Егоров, П. А. Эволюция феномена патриотизма в традициях зарубежной культуры / П. А. Егоров // Вестник Московского государственного гуманитарно-экономического института. – 2013. - № 3 (15). – С. 35-40.

34. Ермолаев, Д. Е. Гражданско-патриотическое воспитание в дошкольных общеобразовательных учреждениях [Электронный ресурс] / Д. Е. Ермолаев // Электронный научный журнал «Современные проблемы науки и образования». – 2011. - № 5. - Режим доступа: <http://www.science-education.ru/99-4875> (дата обращения: 08.04.2015).

35. Ешев, М. А. Патриотизм в советской и постсоветской России / М. А. Ешев // Власть. – 2014. - № 5. - С. 85-88.

36. Ешев, М. А. Патриотизм как ценностный ориентир студенческой молодежи (на примере республики Адыгея): автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.06 / Ешев Марат Альбекович. — Майкоп, 2010. – 24 с.

37. Иванова, С. Ю. Патриотизм в культуре современной России: автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.13 / Иванова Светлана Юрьевна. — Ставрополь, 2004. – 46 с.

38. Иванова, С. Ю. Патриотизм в культуре современной России: дисс. ... д-ра филос. наук : 09.00.13 / Иванова Светлана Юрьевна. — Ставрополь, 2004. – 403 с.

39. Иванова, С. Ю. Патриотизм в системе социокультурных ценностей современной России / С. Ю.Иванова. – Ставрополь: Изд-во СГУ, 2003. - 299 с.

40. Иванова, С. Ю. Патриотизм как социально значимая ценность в современной России / С. Ю. Иванова // «Диалог культур: ценности, смыслы, коммуникации»: XIII Международные Лихачевские научные чтения. - Санкт-Петербург: СПбГУП. - С. 292-295.
41. Игнатенко, В. А., Пеницын Ю. А. Долгосрочные факторы влияния региональных политических культур России на электоральный процесс / в. А. Игнатенко, Ю. А. Пеницын // Известия Сочинского государственного университета. - 2013. - № 2 (25). – С. 162-168.
42. Ипполитова, Н. В. Теория и практика подготовки будущих учителей к патриотическому воспитанию учащихся: дис. ...д-ра пед. Наук : 13.00.08 / Ипполитова Наталья Викторовна. – Челябинск: ЧелГУ, 2000. – 390 с.
43. Капцевич, О. А. Историко-психологические аспекты патриотизма как феномена общественного сознания / О. А. Капцевич // Журнал для ученых «КЛИО». – 2014. - № 2 (86). – С. 97-101.
44. Карандашев, В. Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство / В. Н. Карандашев. — СПб.: Речь, 2004 - 70 с.
45. Карманова, Д. А. Патриотизм как общественное отношение: социально-философский анализ: автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Карманова Дарья Александровна. – Иваново, 2007. – 24 с.
- 46.** Козлов, А. А. Молодые патриоты и граждане новой России: социологический очерк / А. А. Козлов. - СПб. : Издательский дом «ОМ-Экспресс», 1999. - 542 с.
47. Козырев Г. И. Основы социологии и политологии: учебник / Г. И. Козырев. - М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2007. - 240 с.
48. Кольцова, В. А., Соснин, В. А. Социально-психологические проблемы патриотизма и особенности его воспитания в современном российском обществе / В. А. Кольцова, В. А. Соснин // Психологический журнал. — 2005. — № 4. Т. 26. - С.89–97.

49. Константинов, С. А. История, концепции и технологии воспитания патриотизма и готовности к защите Отечества / С. А. Константинов // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. - 2009. - № 112. - С. 29-36.
50. Концепция духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России [Электронный ресурс] / Сайт Городского методического центра. - Режим доступа: <http://mosmetod.ru/metodicheskoe-prostranstvo/nachalnaya-shkola/inklyuzivnoe-obrazovanie/fgos/kontseptsiya-dukhovno-nravstvennogo-razvitiya-i-vospitaniya-lichnosti-grazhdanina-rossii.html> (дата обращения: 15.12.2015).
51. Концепция патриотического воспитания граждан Российской Федерации [Электронный ресурс] / Официальный сайт государственной программы «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2011-2015 годы». - Режим доступа: <http://www.gospatriotprogramma.ru/the-concept-of-patriotic-education-is-the-basis-of-the-state-program-/the-concept-of-patriotic-education-of-citizens-of-the-russian-federation.php/the-concept-of-patriotic-education-is-the-basis-of-the-state-program-/> (дата обращения: 29.01.2016).
52. Концепция федеральной целевой программы «Молодежь России» на 2011-2015 годы. Новая редакция проекта ФЦП «Молодежь России» [Электронный ресурс] / Методобъединение. Виртуальное методическое объединение библиотек и организаций, работающих с молодежью. – Режим доступа: [https://vmo.rgub.ru/files/proekt\\_fcp\\_molodegrossii\\_11\\_15-146-2.rtf](https://vmo.rgub.ru/files/proekt_fcp_molodegrossii_11_15-146-2.rtf) (дата обращения: 29.01.2016).
53. Коротец, И. Д. Политология. Словарь / В. Н. Коновалов. — М. : РГУ, 2010. – 402 с.
54. Креативный класс – это фикция / Аналитика экспертов ВЦИОМ. 06.04.2015. [Электронный ресурс] / Всероссийский центр изучения общественного мнения. – Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=238&uid=115217> (дата обращения: 29.01.2016).
55. Кузнецов, В. В. Социально-педагогические условия формирования духовно-нравственных ценностей у учащихся современной сельской школы: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Кузнецов Владимир Васильевич. - Москва, 2006, - 198 с.

56. Кузнецова, А. В. Патриотическая идея в российском обществе: генезис, состояние, тенденции / А. В. Кузнецова. - М. : РИЦ ИСПИ РАН, 2004. - 160 с.
57. Кушнаренко, Я. В. Ценности и субъект-объектная дихотомия / Я. В. Кушнаренко // Вестник Томского государственного университета. - 2010. - №341. - С. 43-47.
58. Лапин, Н. И. Модернизация базовых ценностей россиян / Н. И. Лапин // Социологические исследования. - 1996. - № 5. - С. 3-23.
59. Лебедева, Н. М. Ценностный компонент в характеристике русского национального характера и его влияние на экономическое развитие России / Н. М. Лебедева // Мир психологии. – 2009. - № 3. – С. 58–68.
60. Левашов, В. К. патриотизм в контексте современных социально-политических реалий / В. К. Левашов // Социс. - 2006. - № 8. - С. 67-76.
61. Леонтьев, А. Н. Образ мира / А. Н. Леонтьев. Избр. психолог. Произведения. - М.: Педагогика, 1983. - С. 251-261.
62. Леонтьев, Д. А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени [Электронный ресурс] / Д. А. Леонтьев // Психологическое обозрение. - 2009. - №1. – Режим доступа: [http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/leontiev\\_cennostnie\\_predstavleniya/](http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/leontiev_cennostnie_predstavleniya/) (дата обращения: 12.12.2015).
63. Леонтьев, Д. А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции / Д. А. Леонтьев // Современный социо-анализ: сборник работ авторов, получивших гранты Московского отделения Российского научного фонда и Фонда Форда. – М., 1996. - VI вып. - С. 5–23.
64. Лесняк, В. И. Патриотизм как социально-нравственная ценность / В. И. Лесняк. – Челябинск: Центр анализа и прогнозирования, 2006. – 22 с.
65. Лесняк, В. И. Патриотическое воспитание в правоохранительных органах: состояние и факторы влияния / В. И. Лесняк // Вестник ЮУрГУ. Серия: Социально-гуманитарные науки. - 2006. - № 2 (57). – С. 131-135.
66. Лопуха, А. Д. Жизненные силы патриотизма в современной России : опыт социологического анализа / А. Д. Лопуха. - М. : Русаки, 2000. - 144 с.

67. Лутовинов, В. И. Военно-патриотическое воспитание и подготовка молодежи к военной службе: история и современность / В. И. Лутовинов. - М. : Сотис, 2014. – 192 с.
68. Магун, В. С., Руднев, М. Г. Жизненные ценности российского населения: сходства и отличия в сравнении с другими европейскими странами / В. С. Магун, М. Г. Руднев // Вестник общественного мнения: Данные. Анализ. Дискуссии. – 2008. - № 1 (93). - С. 33-58.
69. Мантиков, Б. А. Консерватизм в постсоветской России / Б. А. Мантиков // Политика. - 2012. - № 1. - С. 33-54.
70. Матвеева, Л. В. Категориальная структура образа России в молодежной аудитории / Л. В. Матвеева // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Психология. - 2010. - Том 4. № 2. - С. 83-98.
71. Мельниченко, И. И. Патриотизм в системе социальных ценностей офицерского корпуса России (философско-политологический анализ): автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.10 / Мельниченко Игорь Иннокентьевич. – Монино, 1996. – 19 с.
72. Михайлова, Р. С. Социально-философские основы анализа патриотизма как духовной ценности общества: автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Михайлова Регина Сергеевна. - Тверь, 2002. - 23 с.
73. Наследов, А. Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных. Учебное пособие / А. Д. Наследов. – Спб. : Речь, 2004. – 392 с.
74. Наследов, А. Д. SPSS 19: профессиональный статистический анализ данных / А. Д. Наследов. — СПб. : Питер, 2011. - 400 с.
75. О государственной программе «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2001-2005 годы»: постановление Правительства Российской Федерации от 16 февраля 2001 г. № 122 [Электронный ресурс] / Коммерсант.ru. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/textsvlast/post.htm> (дата обращения: 29.01.2016).

76. О государственной программе «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2006 - 2010 годы» Постановление Правительства Российской Федерации от 11 июля 2005 г. № 422 [Электронный ресурс] / Банк данных. Нормативные документы Правительства Российской Федерации. - Режим доступа: <http://government.consultant.ru/page.aspx?831020> (дата обращения: 29.01.2016).
77. О государственной программе «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2011-2015 годы»: постановление Правительства Российской Федерации от 5 октября 2010 г. № 795 [Электронный ресурс] / Российская газета. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2010/10/11/patrioty-site-dok.html> (дата обращения: 29.01.2016).
78. О государственной программе «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016 - 2020 годы»: Постановление правительства Российской Федерации от 30 декабря 2015 г. № 1493 [Электронный ресурс] / Сайт Правительства Российской Федерации. - Режим доступа: <http://government.ru/media/files/8qqYUwwzHUxzVkh1jsKAErrx2dE4q0ws.pdf> (дата обращения: 29.01.2016).
79. О слове «патриотизм». Как реагируют россияне, когда слышат в СМИ слово «патриотизм»? / Общероссийский опрос «МегаФОМ» 1–20 ноября 2012 г. [Электронный ресурс] / Фонд Общественное Мнение. - Режим доступа: <http://fom.ru/TSennosti/10851> (дата обращения: 29.01.2016).
80. О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации: Федеральный закон от 29.12.2014 N 473-ФЗ (ред. от 13.07.2015) [Электронный ресурс] / Сайт Президента Российской Федерации. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/bank/39279> (дата обращения: 02.02.2015).
81. Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 № 2403-р [Электронный ресурс] / Сайт Правительства Российской Федерации. - Режим доступа: <http://government.ru/media/files/ceFXleNUqOU.pdf> (дата обращения: 02.02.2015).

82. Овчарова, Р. В., Гизатуллина, Э. Р. Психологическая структура нравственной сферы личности подростка / Р. В. Овчарова, Э. Р. Гизатуллина // Педагогическое образование в России. - 2011. - № 3. - С. 103–108.
83. Олесич, Н. Я. Особенности психологии устойчивости отчизнолюбия питомцев Санкт-Петербургского государственного университета в эмиграции / Н. Я. Олесич // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 16: Психология. Педагогика. - 2015. - № 3. - С. 102–105.
84. Олесич, Н. Я. Политико-психологические основания молодежного политического экстремизма (исторический аспект) / Н. Я. Олесич // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия 12. – 2009. - № 4. – С. 183-187.
85. Ольшанский, Д. В. Политическая психология / Д. В. Ольшанский. – СПб. : Питер, 2002. – 576 с.
86. Орлов, И. Б. Патриотизм в истории России: государственная идеология и ценностный потенциал / И. Б. Орлов // Государственная идеология и современная Россия. Материалы Всероссийской научно-общественной конференции. - М. : Наука и политика, 2014. - С. 107–114.
87. Орлов, В. Б., Лесняк, В. И. Патриотизм как ценность гражданского общества / В. Б. Орлов, В. И. Лесняк // Вестник Югорского государственного университета. - 2006. - №3. - С. 80–86.
88. Патриотизм и гражданство / Пресс-выпуск ВЦИОМ № 2541. 19.03.2014. [Электронный ресурс] / Всероссийский центр изучения общественного мнения. – Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=113466> (дата обращения: 12.10.2015).
89. Педагогический энциклопедический словарь / гл. ред. Б. М. Бим-Бад. – М.: Большая российская энциклопедия, 2002. – 528 с.
90. Перов, Ю. В., Перов, В. Ю. Философия ценностей и ценностная этика // Гартман Н. Этика / Пер. с нем. А. Б. Глаголева; Под ред. Ю. С. Медведева, Д. В. Складнева. - СПб. : Владимир Даль; Фонд Университет, 2002. - С. 5–82.



91. Петренко, В. Ф. Основы психосемантики. 2-е изд., доп. / В. Ф. Петренко. - СПб. : Питер, 2005. - 480 с.
92. Петренко, В. Ф. Психосемантика сознания / В. Ф. Петренко. - М. : Изд-во МГУ, 1988. – 207 с.
93. Пищева, Т. Н. Виноградова, Н. С. Недова А. Д. Образ России под углом зрения политических коммуникаций / Т. Н. Пищева, Н. С. Виноградова, А. Д. Недова // Полис. Политические исследования. - 2010. - № 4. - С. 107–121.
94. Политическая социология: Учебник для вузов / Под ред. Ж. Т. Тощенко. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 495 с.
95. Политическая социология [Электронный ресурс] / отв. ред. В. Н. Иванов, Г. Ю. Семигин. - М. : Мысль, 2000 / Сайт Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. – Режим доступа: <http://www.novsu.ru/npe/files/um/1412/bg/shell/arh/ucheb/Политическая%20социология.%20Под%20редакцией%20Иванова%20В.,%20Семигина%20Г.htm> (дата обращения: 01.04.2016).
96. Послание Президента Федеральному Собранию Российской Федерации. 12.12.2012 [Электронный ресурс] / Сайт Президента Российской Федерации. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/17118> (дата обращения: 02.02.2015).
97. Послание Президента Федеральному Собранию Российской Федерации. 12.12.2013 [Электронный ресурс] / Сайт Президента Российской Федерации. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/19825> (дата обращения: 02.02.2015).
98. Послание Президента Федеральному Собранию Российской Федерации. 4.12.2014 [Электронный ресурс] / Сайт Президента Российской Федерации. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/47173> (дата обращения: 02.02.2015).
99. Послание Президента Федеральному Собранию Российской Федерации. 3.12.2015 [Электронный ресурс] / Сайт Президента Российской Федерации. –

Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/50864> (дата обращения: 02.02.2015).

100. Потемкин, А. В. Национально-психологические особенности проявления патриотизма личности: автореф. дис. ... канд. псих. наук : 19.00.01 / Потемкин Андрей Валерьевич. Новосибирск, 2009. – 23 с.

101. Практикум по психологии / Под ред. А. Н. Леонтьева, Ю. Б. Гиппенрейтер. - М. : Изд-во МГУ, 1972. - 248 с.

102. Прямая линия с Владимиром Путиным 17.04.2014 [Электронный ресурс] / Сайт Президента Российской Федерации. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/20796> (дата обращения: 02.02.2015).

103. Прямая линия с Владимиром Путиным 16.04.2015 [Электронный ресурс] / Сайт Президента Российской Федерации. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/49261> (дата обращения: 28.04.2016).

104. Психология подростка. Полное руководство / Под ред. А. А. Реана. - СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. - 432 с.

105. Психология: Учебник для вузов / Отв. ред. А. А. Крылов. 2-е изд., перераб., доп. - М. : ТК Велби, Проспект, 2005. - 752 с.

106. Райхлина, Е. Л. Патриотизм и патриотическое воспитание подрастающего поколения: к теории и истории проблемы [Электронный ресурс] / Е. Л. Райхлина // Научные проблемы гуманитарных исследований. – 2009. - №2. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/patriotizm-i-patrioticheskoe-voospitanie-podrastayuschego-pokoleniya-k-teorii-i-istorii-problemy> (дата обращения: 22.10.2014).

107. Рогов, Е. И. Настольная книга практического психолога: Учеб. пособие: В 2 кн. - 2-е изд., перераб. и доп. Кн. 1: Система работы психолога с детьми разного возраста / Е. И. Рогов. - М. : Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1999. – 384 с.

108. Родионова, Н. В. Семантический дифференциал (обзор литературы) / Н. В. Родионова // Социология 4М: методология, методы, математические модели. - 1996. - № 7. - С. 161–183.

109. Свешникова Н. О. Психология гражданина России как основа проекта политической власти / Н. О. Свешникова // Материалы конференции «Психология власти». - СПб., 2005. - С. 131–141.
110. Свешникова, Н. О. Психолого-политический анализ образа страны / Н. О. Свешникова // Хрестоматия к учебнику по политической психологии: учебное пособие. – СПб. : Коло, 2012. - С. 228–236.
111. Севастьянов, С. В. Саммит АТЭС во Владивостоке: некоторые итоги и оценки / С. В. Севастьянов // Территория новых возможностей. - 2013. - № 1 (19). - С. 210-215.
112. Селезнева, А. В. Методология исследования политических представлений и ценностей / А. В. Селезнева // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. – 2011. - № 2. - С. 42–53.
113. Селезнева, А. В. Политико-психологические особенности политического сознания современной российской молодежи / А. В. Селезнева // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. - 2013. - № 3 (23). – С. 128–136.
114. Селезнева, А. В. Политико-психологический подход к исследованию политических ценностей / А. В. Селезнева // Вестник Томского государственного университета. - 2011. - №345. - С. 56–59.
115. Селезнева, А. В. Политические представления и ценности россиян / А. В. Селезнева. - М., 2012. - 224 с.
116. Селезнева, А. В. Политические ценности в современном российском массовом сознании: психологический анализ / А. В. Селезнева // Человек. Сообщество. Управление. - 2014. - № 2. - С. 6–18.
117. Семенов, И. С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности / И. С. Семенов // Полис. Политические исследования. - 2008. - № 5. – С. 7–18.
118. Серкин, В. П. Методы психологии субъективной семантики и психосемантики: Учебное пособие для вузов / В. П. Серкин. - М. : Издательство ПЧЕЛА, 2008. - 382 с.

119. Сколько в России патриотов? / Пресс-выпуск ВЦИОМ № 2187. 12.12.2012 [Электронный ресурс] / Сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения. - Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=113466> (дата обращения: 29.03.2014).
120. Словарь практического психолога / Сост. С. Ю. Головин. - Минск : Харвест, 1998. - 800 с.
121. Соловьева, М. А. Психологическая составляющая политической культуры молодежи: на примере студенческой молодежи Санкт-Петербурга: дисс. ... канд. психол. Наук : 19.00.12 / Соловьева Мария Александровна. - Санкт-Петербург, 2006. - 202 с.
122. Стенографический отчет о церемонии вручения Государственных премий Российской Федерации 12.06.2015 [Электронный ресурс] / Сайт Президента Российской Федерации. - Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/transcripts/49697> (дата обращения: 19.08.2015).
123. Степанищенко, О. В. Исследование политических ценностей за рубежом и в России [Электронный ресурс] / О. В. Степанищенко // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. - 2011. - № 73 (73). - С. 553 – 564 [Электронный ресурс] / Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. - Режим доступа: <http://sm.kubsau.ru/2011/09/48.pdf> (дата обращения: 08.06.2015).
124. Толстой, Л. Н. Патриотизм или Мир? [Электронный ресурс] / Проект «Собрание классики». - Режим доступа: [http://az.lib.ru/t/tolstoj\\_lew\\_nikolaewich/text\\_0750-1.shtml](http://az.lib.ru/t/tolstoj_lew_nikolaewich/text_0750-1.shtml) (дата обращения: 24.11.2014).
125. Трифонов, Ю. Н. К вопросу о патриотизме как субъект-объектном отношении / Ю. Н. Трифонов // Вестник ТГУ. - 1996. - №2. - С. 87–90.
126. Философский словарь / под ред. И.Т. Фролова. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. : Политиздат, 1991. - 559 с.

127. Харламов, И. Ф. Педагогика / И. Ф. Харламов. – М.: Гардарики, 1999. – 520 с.
128. Харченко, М. А. Корреляционный анализ: Учебное пособие для вузов / М. А. Харченко. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 2008. - 31 с.
129. Хаустов, В. М. Патриотическое воспитание как ведущее направление государственной молодежной политики: Автореф. дисс. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / Хаустов Виктор Михайлович. - М., 2007. – 24 с.
130. Ципко, А. С. Ценности и борьба сознательного патриотизма / А. С. Ципко. – Москва : ЛКИ, 2009. – 288 с.
131. Чупров В. И., Зубок, Ю. А., Уильямс, К. Молодежь в обществе риска. - М.: «Наука», 2001. – 230 с.
132. Шестопал Е. Б., Зверев, А. Л., Селезнева, А. В. Политическая социализация российских граждан в период трансформации / Е. Б. Шестопал, А. Л. Зверев, А. В. Селезнева. – М. : Новый хронограф, 2008. - 552 с.
133. Шестопал, Е. Б. Политическая психология / Е. Б. Шестопал. - М. : Инфра-М, 2002. - 448 с.
134. Шестопал, Е. Б. Ценностные характеристики российского политического процесса и стратегия развития страны / Е. Б. Шестопал // Полис. - 2014. - № 2. - С. 61-71.
135. Ширекина, Е. В. Патриотическое воспитание старшеклассников во внеклассной работе: на материале Республики Дагестан: автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Ширекина Елена Владимировна. – Махачкала, 2007. – 204 с.
136. Archard, D. Should we teach patriotism? / D. Archard // Studies in Philosophy and Education. - 1999. - Vol. 18 (3). – P. 157-173.
137. Bader, M. J. The Psychology of Patriotism // Phi Delta Kappan. – 2006. - № 87 (8). – P. 582–584.
138. Bar-Tal, D., Staub, E. Introduction: Patriotism: Its Scope and Meaning / D. Bar-Tal, E. Staub (Eds.). Patriotism: In the Lives of Individuals and Nations. - Chicago: Nelson-Hall, 1997. – P. 1-21.

139. Bar-Tal, D. Patriotism as fundamental beliefs of group members / D. Bar-Tal // *Politics and the Individual*. – 1993. - № 3. – P. 45-63.
140. Berns, W. *Making patriots* / W. Berns. - Chicago: University of Chicago Press, 2001. - 164 p.
141. Bilsky, W., & Schwartz, S. H. Values and personality / W. Bilsky, S. H. Schwartz // *European Journal of Personality*. - 1994. - Vol. 8. – P. 163–181.
142. Blank, T., Schmidt, P. National Identity in a United Germany: Nationalism or Patriotism? An Empirical Test with Representative Data / T. Blank, P. Schmidt. - *Political Psychology*. – 2003. - № 24. – P. 289-312.
143. Blum, L. Best traditions patriotism: A commentary on Miller, Wingo and Ben-Porath / L. Blum // *Theory and Research in Education*. – 2007. - № 5 (1). – P. 61–68.
144. Callan, E. *Creating Citizens: Political Education and Liberal Democracy* / E. Callan. - Oxford, England: Clarendon Press, 1997. – 262 p.
145. Callan, E. Democratic Patriotism and Multicultural Education / E. Callan // *Studies in Philosophy and Education*. – 2002. - Vol. 21, Issue 6. – P. 465–477.
146. Deineka O., Dauksha V. The image of the Belarusian State in students' consciousness during the recent financial crisis / O. Deineka, V. Dauksha // *Psychology Applications & Development*. Ed. by C. Pracana. Lisbon, in Science Press, 2014. - P. 272–281.
147. Depuiset, M. A., Butera, F. On the relevance of studying patriotism ad normative conflict in changing attitudes towards immigrants / M. A. Depuiset, F. Butera // *Psicología Política*. – 2005. - № 30. – P. 71–84.
148. Dietz, M. G. Patriotism: A brief history of the term. In: *Patriotism*, ed. Igor Primoratz. - New York: Humanity Books, 2002. - P. 201–216.
149. Druckman, D. Nationalism, Patriotism, and Group Loyalty: A Social Psychological Perspective / D. Druckman // *Mershon International Studies Review*. : Blackwell Publishing on behalf of The International Studies Association. - 1994. - Vol. 38, № 1. - P. 43-68.

150. Feldman, S. Structure and Consistency in Public Opinion: the Role of Core Beliefs and Values / S. Feldman // *American Journal of Political Science*. - 1988. - Vol. 32, No. 2. – P. 416-440.
151. Feshbach, S., Sakano, N. The structure and correlates of attitudes toward one's nation in samples of United States and Japanese college students: A comparative study. In: D. Bar-Tal & W. Galston: *Liberal Purposes: Goods, Virtues, and Diversity in the Liberal State*. - Cambridge, 1991. - P. 243–244.
152. Fisher, R. J. The social psychology of intergroup and international conflict resolution / R. J. Fisher. - New York, NY: Springer-Verlag, 1990. - 277 p.
153. Green, S. B. How Many Subjects Does It Take to Do a Regression Analysis? / S. B. Green // *Multivariate Behavioral Research*. - 1991. - Vol. 26, № 3. – P. 499–510.
154. Gomberg, P. Patriotism is like Racism / P. Gomberg // *Ethics*. – 1990. - № 101 (1). – P. 144–150.
155. Habermas, J. Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy / J. Habermas. - Cambridge, MA: The MIT Press, 1996. – 631 p.
156. Huddy, L., Khatib, N. American Patriotism, National Identity, and Political Involvement / L. Huddy, N. Khatib // *American Journal of Political Science*. – 2007. - № 51 (1). – P. 63–77.
157. Karasawa, M. Patriotism, Nationalism, and Internationalism Among Japanese Citizens: An Etic-Emic Approach / M. Karasawa // *Political Psychology*. – 2002. - Vol. 23, № 4. – P. 645–666.
158. Keller, S. Patriotism as Bad Faith / S. Keller // *Ethics*. – 2005. - № 115. – P. 563–592.
159. Kelman, H. C. Nationalism, Patriotism, and National Identity: Social-Psychological Dimensions. In: D. Bar-Tal, E. Staub (Eds.). *Patriotism in the Lives of Individuals and Nations*. - Chicago: Nelson-Hall, 1997. - P. 165-189.
160. Kosterman, R., Feshbach, S. Toward a Measure of Patriotic and Nationalistic Attitudes / R. Kosterman, S. Feshbach // *Political Psychology*. – 1989. - № 10 (2). – P. 257–274.

161. Language, meaning and culture: the selected papers of C. E. Osgood / ed. by C. E. Osgood, O. Tzeng. - New York (etc.) : Praeger, 1990. - 402 p.
162. McCabe, D. Patriotic Gore, Again / D. McCabe // Southern Journal of Philosophy. – 1997. - № 35. – P. 203–223.
163. Merry, M. Patriotism, history and the legitimate aims of American education / M. Merry // Educational Philosophy and Theory. - 2007. - Vol. 41. – P. 378–398.
164. Miller, R. W. Killing for the Homeland: Patriotism, Nationalism and Violence R. W. Miller // The Journal of Ethics. - 1997. – № 2. – P. 165–185.
165. Mummendey, A., Klink, A., Brown, R. Nationalism and Patriotism: National Identification and Out-Group Rejection / A. Mummendey, A. Klink, R. Brown // British Journal of Social Psychology. – 2001. - № 40 (1). – P. 159–172.
166. Nussbaum, M. Patriotism and cosmopolitanism. In: J. Cohen (ed.). For Love of Country: Debating the Limits of Patriotism. - Boston, MA: Beacon Press, 1996. – P. 3–20.
167. Osgood, C. E., Suci, G., Tannenbaum, P. The Measurement of Meaning / C. E. Osgood, G. Suci, P. Tannenbaum. - University of Illinois Press, 1957. – 342 p.
168. Parker, C. S. Symbolic Versus Blind Patriotism: Distinction without Difference / C. S. Parker // Political Research Quarterly. - 2010. - № 63. 1. - P. 97–114.
169. Primoratz, I. Patriotism. In: Edward N. Zalta (Ed.), The Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2009. – Режим доступа: <http://plato.stanford.edu/entries/patriotism/> (дата обращения: 02.05.2016).
170. Renshon, S. A. Dual Citizenship and American Democracy: Patriotism, National Attachment, and National Identity / S. A. Renshon // Social Philosophy & Policy Foundation. - 2004. – Vol. 21, № 1. – P. 100-120.
171. Rokeach, M. The Nature of Human Values / M. Rokeach. - NY: The Free Press, 1973. – 438 p.
172. Schaar, J. The Case for Patriotism / J. Schaar // American Review. - 1973. - Vol.17. – P. 59–99.



173. Schatz, R. T., Staub, E., Lavine, H. On the varieties of national attachment: Blind versus constructive patriotism / R. T. Schatz, E. Staub, H. Lavine // *Political Psychology*. – 1999. - № 20. – P. 151–174.
174. Schwartz, S. H., Bilsky, W. Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications / S. H. Schwartz, W. Bilsky // *Journal of Personality and Social Psychology*. - 1990. - Vol. 58. – P. 878-891.
175. Schwartz, S. H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M. Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement / S. H. Schwartz, G. Melech, A. Lehmann, S. Burgess, M. Harris // *Journal of Cross Cultural Psychology*. - 2001. - Vol. 32. – P. 519–542.
176. Schwartz, S. H. Universals in the content and structure of values / *Advances in experimental social psychology*. - Ed. By M. P. Zanna. - N.Y., 1992. - Vol. 25. - 65 p.
177. Shestopal, E. Theoretical and methodological problems of the study of political perception. In: E. Shestopal (Ed.). *Citizens and Leaders in a Comparative Perspective*. - Moscow, Russia: Moscow University Press, 2013. - P. 70-89.
178. Smith, P. B., Schwartz, S. H. Values / *Handbook of Cross-Cultural Psychology*. Second Edition. – Ed. by J. W. Berry, M. H. Segall, C. Kagitcibasi. - Boston: Allyn & Bacon, 1997. - Vol. 3. – P. 77–118.
179. Staub, E. Blind versus constructive patriotism: moving from embeddedness in the group to critical loyalty and action. In: D. Bar-Tal, E. Staub (Eds). *Patriotism in the lives of individuals and nations*. - Chicago: Nelson-Hall., 1997. - P. 213-229.
180. Struch, N., Schwartz, S. H., Van Der Kloot, W. A. Meanings of basic values for women and men: A cross-cultural analysis / N. Struch, S. H. Schwartz, W. A. Van Der Kloot // *Personality and Social Psychology Bulletin*. - 2002. - Vol. 28. – P. 16-28.
181. Sullivan, J. L., Fried, A., Dietz, M. G. Patriotism, Politics, and the Presidential Election of 1988 / J. L. Sullivan, A. Fried, M. G. Dietz // *American Journal of Political Science*. - 1992. - № 36 (2). – P. 200–234.
182. Tetlock, P. E. Coping with trade-offs: Psychological constraints and political implications. In: S. Lupia, M. McCubbins, S. Popkin (eds.). *Political reasoning and choice*. - Berkeley: University of California Press, 2000. – P. 239-263.

183. Viroli, M. *For Love of Country. An essay on Patriotism and Nationalism* / M. Viroli. - Oxford: Clarendon Press, 1995. – 206 p.
184. Wingo, A. H. *Veil Politics in Liberal Democratic States* / A. H. Wingo. - New York: Cambridge University Press, 2003. – 162 p.

## Приложение 1.

### Тест FPI. Фрайбургский многофакторный личностный опросник. Форма В

#### *Инструкция.*

Вам предлагается ряд утверждений, каждое из которых подразумевает относящийся к вам вопрос о том, соответствует или не соответствует данное утверждение каким-то особенностям вашего поведения, отдельных поступков, отношения к людям, взглядам на жизнь и т.д. Если вы считаете, что такое соответствие имеет место, то дайте ответ «Да», в противном случае – ответ «Нет». Свой ответ зафиксируйте в имеющемся у вас ответном листе, поставив крестик или любой другой знак в клеточку, соответствующую номеру утверждения в опроснике и виду вашего ответа. Ответы необходимо дать на все вопросы.

Успешность исследования во многом зависит от того, насколько внимательно выполняется задание. Стремиться своими ответами произвести на кого-то лучшее впечатление не имеет смысла, так как ни один ответ не оценивается как хороший или плохой. Не размышляйте над каждым вопросом, а старайтесь как можно быстрее решить, какой из двух ответов, пусть весьма относительно, но все-таки кажется вам ближе к истине. Вас не должно смущать, если некоторые из вопросов покажутся слишком личными, поскольку исследование не предусматривает анализа каждого вопроса и ответа, а опирается лишь на количество ответов одного и другого вида. Кроме того, вы должны знать, что результаты индивидуально-психологических исследований, как и медицинских, не подлежат широкому обсуждению.

#### *Стимульный материал.*

1. Я внимательно прочел инструкцию и готов откровенно ответить на все вопросы анкеты.
2. По вечерам я предпочитаю развлекаться в веселой компании (гости, дискотека, кафе и т.п.).
3. Моему желанию познакомиться с кем-либо всегда мешает то, что мне трудно найти подходящую тему для разговора.
4. У меня часто болит голова.
5. Иногда я ощущаю стук в висках и пульсацию в области шеи.
6. Я быстро теряю самообладание, но и так же быстро беру себя в руки.
7. Бывает, что я смеюсь над неприличным анекдотом.
8. Я избегаю о чем-либо расспрашивать и предпочитаю узнавать то, что мне нужно, другим путем.
9. Я предпочитаю не входить в комнату, если не уверен, что мое появление пройдет незамеченным.
10. Могу так вспылить, что готов разбить все, что попадет под руку.

11. Чувствую себя неловко, если окружающие почему-то начинают обращать на меня внимание.
12. Я иногда чувствую, что сердце начинает работать с перебоями или начинает биться так, что, кажется, готово выскочить из груди.
13. Не думаю, что можно было бы простить обиду.
14. Не считаю, что на зло надо отвечать злом, и всегда следую этому.
15. Если я сидел, а потом резко встал, то у меня темнеет в глазах и кружится голова.
16. Я почти ежедневно думаю о том, насколько лучше была бы моя жизнь, если бы меня не преследовали неудачи.
17. В своих поступках я никогда не исхожу из того, что людям можно полностью доверять.
18. Могу прибегнуть к физической силе, если требуется отстоять свои интересы.
19. Легко могу развеселить самую скучную компанию.
20. Я легко смущаюсь.
21. Меня ничуть не обижает, если делаются замечания относительно моей работы или меня лично.
22. Нередко чувствую, как у меня немеют или холодеют руки и ноги.
23. Бываю неловким в общении с другими людьми.
24. Иногда без видимой причины чувствую себя подавленным, несчастным.
25. Иногда нет никакого желания чем-либо заняться.
26. Порой я чувствую, что мне не хватает воздуха, будто бы я выполнял очень тяжелую работу.
27. Мне кажется, что в своей жизни я очень многое делал неправильно.
28. Мне кажется, что другие нередко смеются надо мной.
29. Люблю такие задания, когда можно действовать без долгих размышлений.
30. Я считаю, что у меня предостаточно оснований быть не очень-то довольным своей судьбой.
31. Часто у меня нет аппетита.
32. В детстве я радовался, если родители или учителя наказывали других детей.
33. Обычно я решителен и действую быстро.
34. Я не всегда говорю правду.
35. С интересом наблюдаю, когда кто-то пытается выпутаться из неприятной истории.
36. Считаю, что все средства хороши, если надо настоять на своем.
37. То, что прошло, меня мало волнует.
38. Не могу представить ничего такого, что стоило бы доказывать кулаками.
39. Я не избегаю встреч с людьми, которые, как мне кажется, ищут ссоры со мной.
40. Иногда кажется, что я вообще ни на что не годен.
41. Мне кажется, что я постоянно нахожусь в каком-то напряжении и мне трудно расслабиться.

42. Нередко у меня возникают боли «под ложечкой» и различные неприятные ощущения в животе.
43. Если обидят моего друга, я стараюсь отомстить обидчику.
44. Бывало, я опаздывал к назначенному времени.
45. В моей жизни было так, что я почему-то позволил себе мучить животное.
46. При встрече со старым знакомым от радости я готов броситься ему на шею.
47. Когда я чего-то боюсь, у меня пересыхает во рту, дрожат руки и ноги.
48. Частенько у меня бывает такое настроение, что с удовольствием бы ничего не видел и не слышал.
49. Когда ложусь спать, то обычно засыпаю уже через несколько минут.
50. Мне доставляет удовольствие, как говорится, ткнуть носом других в их ошибки.
51. Иногда могу похвастаться.
52. Активно участвую в организации общественных мероприятий.
53. Нередко бывает так, что приходится смотреть в другую сторону, чтобы избежать нежелательной встречи.
54. В свое оправдание я иногда кое-что выдумывал.
55. Я почти всегда подвижен и активен.
56. Нередко сомневаюсь, действительно ли интересно моим собеседникам то, что я говорю.
57. Иногда вдруг чувствую, что весь покрываюсь потом.
58. Если сильно разозлюсь на кого-то, то могу его и ударить.
59. Меня мало волнует, что кто-то плохо ко мне относится.
60. Обычно мне трудно возражать моим знакомым.
61. Я волнуюсь и переживаю даже при мысли о возможной неудаче.
62. Я люблю не всех своих знакомых.
63. У меня бывают мысли, которых следовало бы стыдиться.
64. Не знаю почему, но иногда появляется желание испортить то, чем восхищаются.
65. Я предпочитаю заставить любого человека сделать то, что мне нужно, чем просить его об этом.
66. Я нередко беспокойно двигаю рукой или ногой.
67. предпочитаю провести свободный вечер, занимаясь любимым делом, а не развлекаясь в веселой компании.
68. В компании я веду себя не так, как дома.
69. Иногда, не подумав, скажу такое, о чем лучше бы помолчать.
70. Боюсь стать центром внимания даже в знакомой компании.
71. Хороших знакомых у меня очень немного.

72. Иногда бывают такие периоды, когда яркий свет, яркие краски, сильный шум вызывают у меня болезненно неприятные ощущения, хотя я вижу, что на других людей это так не действует.
73. В компании у меня нередко возникает желание кого-нибудь обидеть или разозлить.
74. Иногда думаю, что лучше бы не родиться на свет, как только представлю себе, сколько всяких неприятностей, возможно, придется испытать в жизни.
75. Если кто-то меня серьезно обидит, то получит свое сполна.
76. Я не стесняюсь в выражениях, если меня выведут из себя.
77. Мне нравится так задать вопрос или так ответить, чтобы собеседник растерялся.
78. Бывало, откладывал то, что требовалось сделать немедленно.
79. Не люблю рассказывать анекдоты или забавные истории.
80. Повседневные трудности и заботы часто выводят меня из равновесия.
81. Не знаю, куда деться при встрече с человеком, который был в компании, где я вел себя неловко.
82. К сожалению, отношусь к людям, которые бурно реагируют даже на жизненные мелочи.
83. Я робею при выступлении перед большой аудиторией.
84. У меня довольно часто меняется настроение.
85. Я устаю быстрее, чем большинство окружающих меня людей.
86. Если я чем-то сильно взволнован или раздражен, то чувствую это как бы всем телом.
87. Мне докучают неприятные мысли, которые назойливо лезут в голову.
88. К сожалению, меня не понимают ни в семье, ни в кругу моих знакомых.
89. Если сегодня я посплю меньше обычного, то завтра не буду чувствовать себя отдохнувшим.
90. Стараюсь вести себя так, чтобы окружающие опасались вызвать мое неудовольствие.
91. Я уверен в своем будущем.
92. Иногда я оказывался причиной плохого настроения кого-нибудь из окружающих.
93. Я не прочь посмеяться над другими.
94. Я отношусь к людям, которые «за словом в карман не лезут».
95. Я принадлежу к людям, которые ко всему относятся достаточно легко.
96. Подростком я проявлял интерес к запретным темам.
97. Иногда зачем-то причинял боль любимым людям.
98. У меня нередко конфликты с окружающими из-за их упрямства.
99. Часто испытываю угрызения совести в связи со своими поступками.
100. Я нередко бываю рассеянным.
101. Не помню, чтобы меня особенно опечалили неудачи человека, которого я не могу терпеть.
102. Часто я слишком быстро начинаю досадовать на других.

103. Иногда неожиданно для себя начинаю уверенно говорить о таких вещах, в которых на самом деле мало что смыслю.
104. Часто у меня такое настроение, что я готов взорваться по любому поводу.
105. Нередко чувствую себя вялым и усталым.
106. Я люблю беседовать с людьми и всегда готов поговорить и со знакомыми и с незнакомыми.
107. К сожалению, я зачастую слишком поспешно оцениваю других людей.
108. Утром я обычно встаю в хорошем настроении и нередко начинаю насвистывать или напевать.
109. Не чувствую себя уверенно в решении важных вопросов даже после длительных размышлений.
110. Получается так, что в споре я почему-то стараюсь говорить громче своего оппонента,
111. Разочарования не вызывают у меня сколь-либо сильных и длительных переживаний.
112. Бывает, что я вдруг начинаю кусать губы или грызть ногти.
113. Наиболее счастливым я чувствую себя тогда, когда бываю один.
114. Иногда одолевает такая скука, что хочется, чтобы все перессорились друг с другом.

## Ценностный опросник Ш. Шварца

### Часть первая

**Инструкция:** Спросите себя: "Какие ценности важны для меня как руководящие принципы в Моей жизни? Какие ценности менее важны для меня?" Ваша задача: оценить, насколько важна для Вас каждая ценность в качестве руководящего принципа в Вашей жизни.

*Шкала для оценки:*

7 - исключительно важная в качестве руководящего принципа Вашей жизни ценность (обычно таких ценностей бывает одна-две);

6 - очень важная;

5 - достаточно важная;

4 - важная;

3 - не очень важная;

2 - мало важная;

1 - не важная;

0 - совершенно безразличная;

-1 - это противоположно принципам, которым Вы следуете.

До того, как Вы начнете, прочитайте список из 30 ценностей и выберите одну, которая наиболее важна для Вас, и оцените ее важность "7". Далее, выберите ценность наименее важную для Вас и оцените ее -1, 0 или 1, согласно ее важности. Затем оцените оставшиеся ценности (от -1 до 7).

### Тестовый материал

#### Список ценностей I:

- 1 РАВЕНСТВО (равные возможности для всех)
- 2 ВНУТРЕННЯЯ ГАРМОНИЯ (быть в мире с самим собой)
- 3 СОЦИАЛЬНАЯ СИЛА (контроль над другими, доминантность)
- 4 УДОВОЛЬСТВИЕ (удовлетворение желаний)
- 5 СВОБОДА (свобода мыслей и действий)
- 6 ДУХОВНАЯ ЖИЗНЬ (акцент на духовных, а не материальных вопросах)
- 7 ЧУВСТВО ПРИНАДЛЕЖНОСТИ (ощущение, что другие заботятся обо мне)
- 8 СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРЯДОК (стабильность общества)
- 9 ЖИЗНЬ, ПОЛНАЯ ВПЕЧАТЛЕНИЙ (стремление к новизне)
- 10 СМЫСЛ ЖИЗНИ (цели в жизни)
- 11 ВЕЖЛИВОСТЬ (предупредительность, хорошие манеры)
- 12 БОГАТСТВО (материальная собственность, деньги)
- 13 НАЦИОНАЛЬНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ (защищенность своей нации от врагов)



- 14 САМОУВАЖЕНИЕ (вера в собственную ценность)
- 15 УВАЖЕНИЕ МНЕНИЯ ДРУГИХ (учет интересов других людей, избегание конфронтации)
- 16 КРЕАТИВНОСТЬ (уникальность, богатое воображение)
- 17 МИР ВО ВСЕМ МИРЕ (свобода от войны и конфликтов)
- 18 УВАЖЕНИЕ ТРАДИЦИЙ (сохранение признанных традиций, обычаев)
- 19 ЗРЕЛАЯ ЛЮБОВЬ (глубокая эмоциональная и духовная близость)
- 20 САМОДИСЦИПЛИНА (самоограничение, устойчивость к соблазнам)
- 21 ПРАВО НА УЕДИНЕНИЕ (право личное пространство)
- 22 БЕЗОПАСНОСТЬ СЕМЬИ (безопасность для близких)
- 23 СОЦИАЛЬНОЕ ПРИЗНАНИЕ (одобрение, уважение других)
- 24 ЕДИНСТВО С ПРИРОДОЙ (слияние с природой)
- 25 ИЗМЕНЧИВАЯ ЖИЗНЬ (жизнь, наполненная проблемами, новизной и изменениями)
- 26 МУДРОСТЬ (зрелое понимание мира)
- 27 АВТОРИТЕТ (право быть лидером или командовать)
- 28 ИСТИННАЯ ДРУЖБА (близкие друзья)
- 29 МИР КРАСОТЫ (красота природы и искусства)
- 30 СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ (исправление несправедливости, забота о слабых)

Теперь оцените, насколько важна каждая из следующих ценностей для Вас, *как руководящий принцип Вашей жизни*. Эти ценности выражены в способах действия, которые могут быть более или менее важными для Вас. Попробуйте различить ценности, насколько это возможно, используя все номера. Для начала прочитайте ценности в *списке 2*, выберите то, что для Вас наиболее важно, оцените на шкале (отметка 7). Затем выберите ценность, которая противоречит вашим принципам (отметка — 1). Если такой ценности нет, выберите ценность наименее важную для Вас и оцените ее отметками 0 или 1, в соответствии с ее значимостью. Затем оцените остальные ценности.

**Список ценностей II:**

- 31 САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ (надеющийся на себя, самодостаточный)
- 32 СДЕРЖАННЫЙ (избегающий крайностей в чувствах и действиях)
- 33 ВЕРНЫЙ (преданный друзьям, группе)
- 34 ЦЕЛЕУСТРЕМЛЕННЫЙ (трудолюбивый, вдохновенный)
- 35 ОТКРЫТЫЙ К ЧУЖИМ МНЕНИЯМ (терпимый к различным идеям и верованиям)
- 36 СКРОМНЫЙ (простой, не стремящийся привлечь к себе внимание)
- 37 СМЕЛЫЙ (ищущий приключений, риск)
- 38 ЗАЩИЩАЮЩИЙ ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ (сохраняющий природу)
- 39 ВЛИЯТЕЛЬНЫЙ (имеющий влияние на людей и события)
- 40 УВАЖАЮЩИЙ РОДИТЕЛЕЙ И СТАРШИХ (проявляющий уважение)
- 41 ВЫБИРАЮЩИЙ СОБСТВЕННЫЕ ЦЕЛИ (отбирающий собственные намерения)

- 42 ЗДОРОВЫЙ (не больной физически или душевно)
- 43 СПОСОБНЫЙ (компетентный, способный эффективно действовать)
- 44 ПРИНИМАЮЩИЙ ЖИЗНЬ (подчиняющийся жизненным обстоятельствам)
- 45 ЧЕСТНЫЙ (откровенный, искренний)
- 46 СОХРАНЯЮЩИЙ СВОЙ ИМИДЖ (защита собственного «лица»)
- 47 ПОСЛУШНЫЙ (исполнительный, подчиняющийся правилам)
- 48 УМНЫЙ (логичный, мыслящий)
- 49 ПОЛЕЗНЫЙ (работающий на благо других)
- 50 НАСЛАЖДАЮЩИЙСЯ ЖИЗНЬЮ (наслаждение едой, близостью, развлечениями и др.)
- 51 БЛАГОЧЕСТИВЫЙ (придерживающийся религиозной веры и убеждений)
- 52 ОТВЕТСТВЕННЫЙ (надежный, заслуживающий доверия)
- 53 ЛЮБОЗНАТЕЛЬНЫЙ (интересующийся всем, пытливый)
- 54 СКЛОННЫЙ ПРОЦАТЬ (стремящийся прощать другого)
- 55 УСПЕШНЫЙ (достигающий цели)
- 56 ЧИСТОПЛОТНЫЙ (опрятный, аккуратный)
- 57 ПОТВОРСТВУЮЩИЙ СВОИМ ЖЕЛАНИЯМ (занимающийся тем, что доставляет удовольствие)

### Часть вторая

#### *Инструкция:*

Ниже приведены описания некоторых людей. Пожалуйста, прочитайте каждое описание и подумайте, насколько каждый человек похож или не похож на Вас. Поставьте крестик в одной из клеточек справа, которая показывает, насколько описываемый человек похож на Вас.

#### Профиль личности

	Очень похож на меня	Похож на меня	В некоторой степени похож на меня	Немного похож на меня	Не похож на меня	Совсем не похож на меня
1. Придумывать что-то новое и быть изобретательным важно для него. Он любит поступать по-своему, на свой лад.						
2. Для него важно быть богатым. Он хочет, чтобы у него было много денег и дорогих вещей.						
3. Он считает, что важно, чтобы с каждым человеком в мире обращались одинаково. Он верит, что у всех должны быть равные возможности в жизни.						
4. Для него очень важно показать свои способности. Он хочет, чтобы люди восхищались тем, что он делает.						

5. Для него важно жить в безопасном окружении. Он избегает всего, что может угрожать его безопасности.						
6. Он считает, что важно делать много разных дел в жизни. Он всегда стремится к новизне.						
7. Он верит, что люди должны делать то, что им говорят. Он считает, что люди должны придерживаться правил всегда, даже когда никто не видит.						
8. Для него важно выслушать мнение людей, которые отличаются от него. Даже если он не согласен с ними, он все равно хочет их понять.						
9. Он считает, что важно не просить большего, чем имеешь. Он верит, что люди должны довольствоваться тем, что у них есть.						
10. Он всегда ищет повод для развлечения. Для него важно делать то, что доставляет ему удовольствие.						
11. Для него важно самому решать, что делать. Ему нравится быть свободным в планировании и выборе своей деятельности.						
12. Для него очень важно помогать окружающим. Он хочет заботиться об их благополучии.						
13. Для него очень важно преуспеть в жизни. Ему нравится производить впечатление на других людей.						
14. Для него очень важна безопасность его страны. Он считает, что государство должно быть готово к защите от внешней и внутренней угрозы.						
15. Он любит рисковать. Он всегда ищет приключений.						
16. Для него важно всегда вести себя должным образом. Он хочет избегать действий, которые люди сочли бы неверными.						
17. Для него важно быть главным и указывать другим, что делать. Он хочет, чтобы люди делали то, что он говорит.						
18. Для него важно быть преданным своим друзьям. Он хочет посвятить себя своим близким.						
19. Он искренне верит, что люди должны заботиться о природе. Заботиться об окружающей среде важно для него.						
20. Быть религиозным важно для него. Он очень старается следовать своим религиозным убеждениям.						
21. Для него важно, чтобы вещи содержались в порядке и в чистоте. Ему действи-						

тельно не нравится беспорядок.						
22. Он считает, что важно интересоваться многим. Ему нравится быть любознательным и пытаться понять разные вещи.						
23. Он считает, что все народы мира должны жить в гармонии. Содействовать установлению мира между всеми группами людей на земле важно для него.						
24. Он думает, что важно быть честолюбивым. Ему хочется показать насколько он способный.						
25. Он думает, что лучше всего поступать в соответствии с установившимися традициями. Для него важно соблюдать обычаи, которые он усвоил.						
26. Для него важно получать удовольствие от жизни. Ему нравится «баловать» себя.						
27. Для него важно быть чутким к нуждам других людей. Он старается поддерживать тех, кого знает.						
28. Он полагает, что всегда должен проявлять уважение к своим родителям и людям старшего возраста. Для него важно быть послушным.						
29. Он хочет, чтобы со всеми поступали справедливо, даже с людьми, которых он не знает. Для него важно защищать слабых.						
30. Он любит сюрпризы. Для него важно, чтобы его жизнь была полна ярких впечатлений.						
31. Он очень старается не заболеть. Сохранение здоровья очень важно для него.						
32. Продвижение вперед в жизни важно для него. Он стремится делать все лучше, чем другие.						
33. Для него важно прощать людей, которые обидели его. Он старается видеть хорошее в них и не держать обиду.						
34. Для него важно быть независимым. Ему нравится полагаться на себя.						
35. Иметь стабильное правительство важно для него. Он беспокоится о сохранении общественного порядка.						
36. Для него очень важно все время быть вежливым с другими людьми. Он старается никогда не раздражать и не беспокоить других.						
37. Он по-настоящему хочет наслаждаться жизнью. Хорошо проводить время очень важно для него.						
38. Для него важно быть скромным. Он старается не привлекать к себе внимание.						
39. Он всегда хочет быть тем, кто принимает						

решения. Ему нравится быть лидером.						
40. Для него важно приспособливаться к природе, быть частью ее. Он верит, что люди не должны изменять природе.						

### Анкета-опросник значимости «патриотических ценностей»

Ниже приведены некоторые характеристики страны. Используя приведенную систему оценки в качестве руководства, обведите цифру, наиболее точно отражающую то, насколько значимой (важной) или незначимой (неважной) для Вас является каждая из этих характеристик.

3	Очень значима
2	Значима
1	Умеренно значима
0	Нейтральна
-1	Умеренно незначима
-2	Незначима
-3	Абсолютно незначима

#### 1. История России (памятные события, личности)

абсолютно не значима    -3    -2    -1    0    1    2    3    очень значима

#### 2. Русский язык и литература

абсолютно не значима    -3    -2    -1    0    1    2    3    очень значима

#### 3. Культура России (традиции, искусство)

абсолютно не значима    -3    -2    -1    0    1    2    3    очень значима

#### 4. Народ России (национальный характер, менталитет)

абсолютно не значима    -3    -2    -1    0    1    2    3    очень значима

#### 5. Природа России (размеры страны, климат)

абсолютно не значима    -3    -2    -1    0    1    2    3    очень значима

#### 6. Российская наука

абсолютно не значима    -3    -2    -1    0    1    2    3    очень значима

#### 7. «Малая родина» (свой регион, город)

абсолютно не значима    -3    -2    -1    0    1    2    3    очень значима

**8. Власть (политический режим, структуры государственного управления)**

абсолютно не значима	-3	-2	-1	0	1	2	3	очень значима
----------------------	----	----	----	---	---	---	---	---------------

**9. Российская экономика (отечественные товары, производители, компании)**

абсолютно не значима	-3	-2	-1	0	1	2	3	очень значима
----------------------	----	----	----	---	---	---	---	---------------

**10. Спортивные достижения России**

абсолютно не значима	-3	-2	-1	0	1	2	3	очень значима
----------------------	----	----	----	---	---	---	---	---------------

**11. Положение России на международной арене**

абсолютно не значима	-3	-2	-1	0	1	2	3	очень значима
----------------------	----	----	----	---	---	---	---	---------------

**12. Вооруженные силы России**

абсолютно не значима	-3	-2	-1	0	1	2	3	очень значима
----------------------	----	----	----	---	---	---	---	---------------

**Анкета-опросник представлений о патриотизме**

**1. Согласны ли Вы со следующим утверждением? (обведите один ответ)**

*«Я считаю себя патриотом своей страны (России)»* да нет

**2. С Вашей точки зрения, какое отношение к патриотизму сегодня в российском обществе? (обведите один ответ)**

положительное

отрицательное

нейтральное

**3. Каково Ваше личное отношение к патриотизму? (обведите один ответ)**

положительное

отрицательное

нейтральное

**4. Что такое патриотизм в Вашем понимании?**

---

---

---

---

**5. Укажите, пожалуйста, ваш возраст** \_\_\_\_\_

**пол** \_\_\_\_\_

**город** \_\_\_\_\_

**род деятельности** \_\_\_\_\_



**Описательные статистики для переменных исследования, полученных на  
этапе обработки первичных данных**

**Описательные статистики**

	N	Минимум	Максимум	Среднее	Стд. отклонение	Дисперсия
невротичность_FPI	151	1,0	9,0	5,828	2,1962	4,823
спонтанная_агрессивность_FPI	151	1,0	9,0	5,748	2,2868	5,230
депрессивность_FPI	151	1,0	9,0	5,603	1,9869	3,948
раздражительность_FPI	151	1,0	9,0	6,053	2,0746	4,304
общительность_FPI	151	1,0	9,0	3,868	1,9551	3,822
уравновешенность_FPI	151	1,0	9,0	5,086	2,4329	5,919
реактивная_агрессивность_FPI	151	1,0	9,0	5,907	1,9743	3,898
застенчивость_FPI	151	1,0	9,0	5,881	2,2801	5,199
открытость_FPI	151	1,0	9,0	7,285	1,8125	3,285
экстраверсия_интроверсия_FPI	151	1,0	9,0	5,066	2,0353	4,142
эмоциональная_лабильность_FPI	151	2,0	9,0	5,848	1,9244	3,703
маскулинизм_феминизм_FPI	151	1,0	9,0	4,583	2,3391	5,471
конформность_Schwartz_1	151	1,75	7,00	4,8659	,82248	,676
конформность_Schwartz_2	151	0,50	3,50	1,9702	0,65379	0,427
традиции_Schwartz_1	151	2,40	7,00	4,8079	0,89141	0,795
традиции_Schwartz_2	151	-0,25	4,00	2,0248	0,81433	0,663
доброта_Schwartz_1	151	0,00	7,00	4,6715	1,01728	1,035
доброта_Schwartz_2	151	0,25	4,00	2,3477	0,72914	0,532
универсализм_Schwartz_1	151	2,25	6,63	4,0058	0,82643	0,683

универсализм_Schwartz_2	151	0,33	4,17	2,1733	0,70812	0,501
самостоятельность_Schwartz_1	151	1,60	7,00	4,3589	0,93618	0,876
самостоятельность_Schwartz_2	151	-0,25	3,75	1,7914	0,71672	0,514
стимуляция_Schwartz_1	151	2,00	7,00	4,5982	1,03517	1,072
стимуляция_Schwartz_2	151	-1,00	3,33	1,4305	0,83851	0,703
гедонизм_Schwartz_1	151	0,33	6,00	3,1788	1,01964	1,040
гедонизм_Schwartz_2	151	0,33	4,00	2,3289	0,71801	0,516
достижения_Schwartz_1	151	1,50	7,00	4,2036	1,03899	1,080
достижения_Schwartz_2	151	-,75	4,00	1,6374	,82345	,678
власть_Schwartz_1	151	,25	7,00	4,2748	,95121	,905
власть_Schwartz_2	151	-,33	4,00	2,0066	,79486	,632
безопасность_Schwartz_1	151	2,00	7,00	4,5788	,85421	,730
безопасность_Schwartz_2	151	,60	3,80	2,1947	,66411	,441
п_ценность_ история	151	-3	3	1,29	1,571	2,469
п_ценность_ язык	151	-3	3	1,86	1,358	1,844
п_ценность_ культура	151	-3	3	1,41	1,428	2,039
п_ценность_ народ	151	-3	3	1,06	1,673	2,798
п_ценность_ природа	151	-3	3	1,41	1,596	2,546
п_ценность_ наука	151	-3	3	1,22	1,594	2,541
п_ценность_ малая_родина	151	-3	3	1,10	1,797	3,229
п_ценность_ власть	151	-3	3	,61	1,950	3,801
п_ценность_ экономика	151	-3	3	,82	1,875	3,516
п_ценность_ спорт	151	-3	3	,65	1,995	3,982
п_ценность_ положение_в_мире	151	-3	3	1,40	1,739	3,023
п_ценность_ вооруженные_силы	151	-3	3	1,37	1,818	3,304
патриотическая_ориентированность (0 – нет; 1 - да)	151	0,0	1,0	,656	,4767	,227
отношение_к_патриотизму_в_стране (0 – нейтральное; 1 – положительное; 2 – отрицательное)	151	0,0	2,0	,669	,6295	,396

собственное_отношение_к_патриотизму (0 – нейтральное; 1 – положительное; 2 – отрицательное)	151	0,0	2,0	,642	,5813	,338
возраст	151	18,0	35,0	21,815	4,0504	16,405
пол (0 - мужской; 1 - женский)	151	0,0	1,0	,543	,4998	,250
деятельность (0 - учащийся; 1 - работающий)	151	0,0	1,0	,245	,4315	,186
Город (0 - Спб; 1 - ВЛ)	151	0,0	1,0	,543	,4998	,250
N валидных (целиком)	151					

## Приложение 6

## Таблица значений «т-критерия для независимых выборок»: различия оценок значимости «патриотических ценностей» в Санкт-Петербурге и

## Владивостоке

## Критерий для независимых выборок

		Критерий равенства дисперсий Ливиня		t-критерий равенства средних						
		F	Знч.	t	ст.св.	Значимость (2-сторонняя)	Разность средних	Стд. ошибка разности	95% доверительный интервал разности средних	
									Нижняя граница	Верхняя граница
история	Предполагается равенство дисперсий	,402	,527	-,094	149	,926	-,024	,261	-,540	,491
	Равенство дисперсий не предполагается			-,094	143,177	,925	-,024	,260	-,538	,490
язык	Предполагается равенство дисперсий	1,369	,244	,883	149	,379	,198	,225	-,246	,643
	Равенство дисперсий не предполагается			,889	144,455	,376	,198	,223	-,243	,640
культура	Предполагается равенство дисперсий	,002	,967	-,025	149	,980	-,006	,237	-,474	,463
	Равенство дисперсий не предполагается			-,025	143,851	,980	-,006	,236	-,472	,460
народ	Предполагается равенство дисперсий	,793	,375	-1,205	149	,230	-,333	,276	-,879	,213
	Равенство дисперсий не предполагается			-1,194	135,214	,235	-,333	,279	-,884	,218
природа	Предполагается равенство дисперсий	,349	,555	-,643	149	,521	-,170	,264	-,693	,353
	Равенство дисперсий не предполагается			-,640	138,068	,523	-,170	,266	-,696	,356
наука	Предполагается равенство дисперсий	,193	,661	,746	149	,457	,197	,264	-,325	,719
	Равенство дисперсий не предполагается			,745	141,271	,457	,197	,264	-,326	,720
малая_родина	Предполагается равенство дисперсий	6,497	,012	-1,851	149	,066	-,546	,295	-1,128	,037

	Равенство дисперсий не предполагается			-1,816	125,584	,072	-,546	,300	-1,140	,049
власть	Предполагается равенство дисперсий	,513	,475	-,646	149	,519	-,209	,323	-,848	,430
	Равенство дисперсий не предполагается			-,648	142,703	,518	-,209	,323	-,846	,429
экономика	Предполагается равенство дисперсий	1,203	,275	-2,512	149	,013	-,765	,305	-1,368	-,163
	Равенство дисперсий не предполагается			-2,500	138,748	,014	-,765	,306	-1,371	-,160
спорт	Предполагается равенство дисперсий	12,637	,001	-3,106	149	,002	-,996	,321	-1,630	-,362
	Равенство дисперсий не предполагается			-3,047	124,718	,003	-,996	,327	-1,643	-,349
положение_в_мире	Предполагается равенство дисперсий	,805	,371	,162	149	,872	,047	,289	-,524	,617
	Равенство дисперсий не предполагается			,162	143,009	,871	,047	,288	-,522	,616
вооруженные_силы	Предполагается равенство дисперсий	1,886	,172	-1,410	149	,161	-,423	,300	-1,015	,170
	Равенство дисперсий не предполагается			-1,393	132,282	,166	-,423	,303	-1,023	,177

## Приложение 7

**Значения бисериального коэффициента корреляции для категорий  
«патриотических ценностей» и переменной «декларируемая патриотическая  
ориентированность»**

		декларируемая_патриотическая_ориентированнос ть		
		всего	Санкт-Петербург	Владивосток
<b>FAC1_культурные_ценности</b>	гpb	,454	,401	,512
	t-Стьюдента	6,135	3,561	5,232
	p-уровень значимости	<0,001	<0,001	<0,001
<b>FAC2_геополитические_ценности</b>	гpb	,196	,263	,122
	t-Стьюдента	2,409	2,215	1,076
	p-уровень значимости	<0,05	<0,05	>0,1
<b>FAC3_государственно_экономические_ценности</b>	гpb	,233	0,369	,078
	t-Стьюдента	2,891	3,224	,690
	p-уровень значимости	<0,01	<0,01	>0,1
<b>FAC4_ценности_природы</b>	гpb	,161	,022	0,291
	t-Стьюдента	1,964	,181	2,666
	p-уровень значимости	<0,1	>0,1	<0,01

## Объединенные критерии для коэффициентов регрессионной модели

## Объединенные тесты для коэффициентов модели

		Хи- квадрат	ст.св.	Знч.
Шаг 1	Шаг	35,935	12	,000
	Блок	35,935	12	,000
	Модель	35,935	12	,000
Шаг 2 <sup>a</sup>	Шаг	,000	1	,987
	Блок	35,934	11	,000
	Модель	35,934	11	,000
Шаг 3 <sup>a</sup>	Шаг	-,251	1	,616
	Блок	35,683	10	,000
	Модель	35,683	10	,000
Шаг 4 <sup>a</sup>	Шаг	-,875	1	,350
	Блок	34,809	9	,000
	Модель	34,809	9	,000
Шаг 5 <sup>a</sup>	Шаг	-,872	1	,350
	Блок	33,937	8	,000
	Модель	33,937	8	,000
Шаг 6 <sup>a</sup>	Шаг	-1,960	1	,162
	Блок	31,977	7	,000
	Модель	31,977	7	,000
Шаг 7 <sup>a</sup>	Шаг	-1,923	1	,166
	Блок	30,054	6	,000
	Модель	30,054	6	,000

**Сводка для регрессионной модели****Сводка для модели**

Шаг	-2 Log Правдоподобие	R квадрат Кокса и Снелла	R квадрат Нэйджелкерка
1	158,521 <sup>a</sup>	,212	,292
2	158,521 <sup>a</sup>	,212	,292
3	158,772 <sup>a</sup>	,210	,291
4	159,647 <sup>a</sup>	,206	,284
5	160,519 <sup>a</sup>	,201	,278
6	162,478 <sup>a</sup>	,191	,264
7	164,401 <sup>a</sup>	,180	,249



## Таблица классификации для регрессионной модели

Таблица классификации<sup>а</sup>

Наблюдаемые			Предсказанные		
			патриотизм		Процент корректных
			,0	1,0	
Шаг 1	патриотизм	,0	24	28	46,2
		1,0	11	88	88,9
	Общий процент				74,2
Шаг 2	патриотизм	,0	24	28	46,2
		1,0	11	88	88,9
	Общий процент				74,2
Шаг 3	патриотизм	,0	24	28	46,2
		1,0	11	88	88,9
	Общий процент				74,2
Шаг 4	патриотизм	,0	24	28	46,2
		1,0	10	89	89,9
	Общий процент				74,8
Шаг 5	патриотизм	,0	24	28	46,2
		1,0	12	87	87,9
	Общий процент				73,5
Шаг 6	патриотизм	,0	23	29	44,2
		1,0	15	84	84,8
	Общий процент				70,9
Шаг 7	патриотизм	,0	24	28	46,2
		1,0	15	84	84,8
	Общий процент				71,5