

**Формирование патриотизма в среде молодежных общественных организаций**

*Шульгина Татьяна Александровна*

*Студент*

*Белгородский государственный институт искусств и культуры,  
Социально-культурной и информационно-библиотечной деятельности, Белгород,  
Россия*

*E-mail: tarzipanochka@mail.ru*

Процессы формирования в России патриотического сознания являются предметом широкого обсуждения. На фоне социально-экономического кризиса разразился и духовный, в частности, кризис патриотических чувств, сознания и поведения. Реальные духовные процессы, происходящие в нашем обществе, характеризуются существенными изменениями в психологии людей, образе мышления, в ценностных ориентациях, в духовных установках отнюдь не в лучшую сторону. Под влияние этих процессов больше всего попадает молодое поколение россиян, не освоившее формы жизнедеятельности людей в период реформирования экономической и социально-политической основ общества.

Многие исследователи проявляли интерес к проблеме формирования патриотизма. Каждый из них пытался выделить значимый для себя аспект. В нашем исследовании данным аспектом являются молодежные общественные организации.

В декабре 2011 года нами было проведено социологическое исследование молодежи г. Белгород и Белгородской области. Опрошено 2 группы респондентов (по 50 человек в каждой). Первая группа – учащаяся и рабочая молодежь, и вторая – участники молодежных общественных организаций. Возраст респондентов составил от 17 до 26 лет.

С целью выяснения понимания понятия «патриотизм» мы предложили молодым белгородцам несколько вариантов определения (см. диаграмма 1). Большинство из них определили патриотизм как любовь к Родине – наиболее распространенное выражение в массовом сознании (60% учащаяся и рабочая молодежь, 64% участники молодежных общественных организаций).

С целью выявления основных составляющих элементов патриотизма респондентам был задан вопрос: «Каким образом Вы чаще всего реализуете свои патриотические чувства?». Большинство из опрашиваемых отдают предпочтение следующим вариантам ответов «постоянно слежу за событиями, которые происходят в нашей стране» (18% учащаяся и рабочая молодежи, 30% участники молодежных общественных организаций), «всегда очень болею и переживаю за представителей России в спортивных соревнованиях (26% и 10% соответственно).

Основными институтами, которые формируют представление о патриотизме, являются семья, образовательные учреждения и СМИ. При этом они не оказывают значительного влияния на привлечение молодежи в патриотическую деятельность. Так, среди учащейся и рабочей белгородской молодежи всего лишь 35% участвовали в патриотических мероприятиях и 20% в деятельности молодежных общественных организаций. По нашим данным, большинство молодых белгородцев не знают о существовании

патриотических молодежных организаций, а если владеют информацией, то достаточно смутной, порой, не отличая общественные организации от политических.

Отношение белгородской учащейся и рабочей молодежи к современной России, значительно отличается от характеристики участников молодежных общественных организаций. Это отразили ответы респондентов на вопросы «Хотели бы Вы учиться и работать в другой стране?» и «Хотели бы Вы жить в другой стране?». Учащаяся и рабочая молодежь без раздумья не только уедут учиться в другую страну, но и смогут остаться там навсегда. Участники молодежных общественных организаций, в большинстве своем, не хотят переезжать в другие государства, но не исключают возможности уехать работать или учиться за границу (см. диаграммы 2, 3).

Мы также выяснили у наших респондентов, считают ли они, что экстремистские националистические организации действительно формируют патриотизм у молодежи. 76% от учащейся и рабочей молодежи и 84% от участников молодежных общественных организаций дали отрицательный ответ. Но были и те, кто соглашался с утверждением 20% и 8% соответственно.

Для нашего исследования было важным определить специфику патриотической работы, которая основывается на ряде методов и форм. Среди методов и форм работы в молодежных общественных организациях, по мнению их воспитанников, преобладают объяснение, беседа, диспут 94% и убеждение 4%. Данное распределение ответов свидетельствует о добровольном характере вступления и выхода из организаций, о стремлении заинтересовать молодежь и приобщить к патриотической деятельности организации. Приоритет таких методов над остальными свидетельствует о наличии демократических принципов в проведении патриотической работы в данных организациях.

Большинство участников молодежных общественных организаций считают, что их организации эффективно способствуют формированию патриотических чувств и убеждений (94%), но 6% не согласны с этим и указывают на недостаточно эффективное влияние общественных организаций на этот процесс. Данное распределение ответов свидетельствует об определенной недоработке лидеров в осуществлении патриотической деятельности самих организаций и влиянии ряда негативных причин, отрицательно влияющих на формирование патриотизма молодых белгородцев, о которых мы говорили ранее.

Патриотическая направленность в деятельности данных организаций проявляется в целенаправленной работе (помощь ветеранам, проведение патриотических мероприятий, военно-патриотическая подготовка и т.д.). Так считают 98% от опрошенных членов общественных организаций. Рабочая и учащаяся молодежь предполагает, что общественные организации работают только с пропагандистской целью, в пользу государства, армии, силовых ведомств или какой-либо политической партии. Бытует такое мнение в молодежной среде по ряду причин, основными из которых являются: недоверие государству и недостаточная информированность.

Как показало исследование, проблема формирования патриотизма в молодежной среде связана с отсутствием четких механизмов привлечения молодежи к патриотической деятельности. Перспектива развития патриотических чувств и убеждений состоит в активизации деятельности молодежных общественных организаций, как за счет собственных усилий, так и при помощи государства.

### **Иллюстрации**

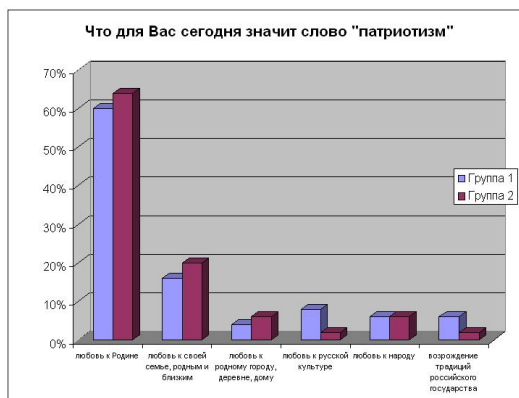


Рис. 1: Диаграмма 1

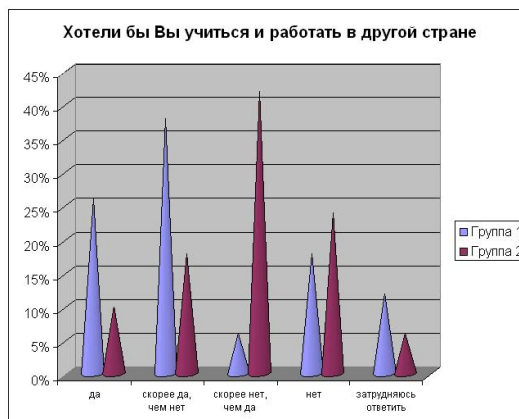


Рис. 2: Диаграмма 2

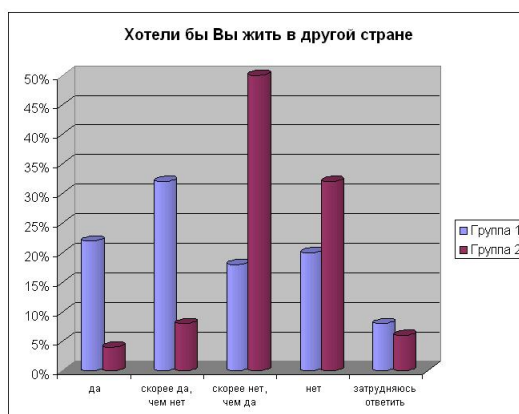


Рис. 3: Диаграмма 3