

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Научная статья

УДК 37.035.6

ББК 74.200.50

DOI: 10.54348/SciS.2024.3.9

**Приверженность традиционным ценностям обучающихся
как основа противодействия экстремизму и терроризму**

Светлана Юрьевна Лисова¹, Наталья Рудольфовна Романова²

^{1,2} Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина, Иваново, Россия

¹lisovaSU@yandex.ru

²nrromanova@mail.ru

Аннотация. Проблема распространения деструктивных идеологий является одной из актуальных тем общественно-политического дискурса современного этапа. Доктринальные документы в области противодействия экстремизму и терроризму требуют организации профилактической работы, ориентированной на формирование у молодежи традиционных ценностей. Для решения указанной задачи необходимо ведение мониторинга посредством педагогического наблюдения, анкетирования, диагностики психологического состояния молодежной аудитории. Цель настоящего исследования – выявление приверженности региональной студенческой молодежи традиционным ценностям и маркировка факторов, воздействующих на мировоззрение учащихся. Использовались методы опроса и контент-анализа. Результаты анкетирования показали, что приверженность регионального студенчества традиционным ценностям отличается фрагментарностью, особенно это касается ценностей служения, у современных студентов достаточно ярко выражен эгоизм, предпочтения отдаются материальным ценностям и индивидуализму. Контент-анализ наиболее востребованных музыкальных произведений подчеркивает, что музыкальный контент способствует формированию материально-эгоистической ориентации современной молодежи. Авторы пришли к выводу, что ценности молодежи во многом определяются установками, транслируемыми развлекательным медийным контентом, в частности современной музыкой, что необходимо учитывать при распространении паттернов антиэкстремистского поведения и организации антитеррористической профилактики.

Ключевые слова: ценности, экстремизм, терроризм, потребительское сознание, студенчество, молодежь, контент-анализ.

Для цитирования: Лисова С.Ю., Романова Н.Р. Приверженность традиционным ценностям обучающихся как основа противодействия экстремизму и терроризму // Научный поиск: личность, образование, культура. 2024. № 3. С. 49–54. <https://doi.org/10.54348/SciS.2024.3.9>

PSYCHOLOGICAL SCIENCES

Original article

**Commitment to traditional values of students
as the basis for countering extremism and terrorism**

Svetlana Yu. Lisova¹, Natalya R. Romanova²

^{1,2}Ivanovo State Power University named after V.I. Lenin, Ivanovo, Russia

¹lisovaSU@yandex.ru

²nrromanova@mail.ru

Abstract. The problem of the spread of destructive ideologies is one of the current topics in the socio-political discourse of the modern stage. Doctrinal documents in the field of countering extremism and terrorism require the organization of preventive work focused on the formation of traditional values among young people. To solve this problem, it is necessary to conduct monitoring through pedagogical observation, questioning, and diagnostics of the psychological state of the youth audience. The purpose of this study is to identify the commitment of regional students to traditional values and mark the factors influencing the worldview of students. Survey and content analysis methods were used. The results of the survey showed that the commitment of regional students to traditional values is fragmented, especially with regard to the values of service; modern students have quite pronounced selfishness, preferences are given to material values and individualism. Content analysis of the most popular musical works emphasizes that musical content contributes to the formation of a material-egoistic orientation of modern youth. The authors came to the conclusion that the values of young people are largely determined by the attitudes transmitted by entertainment media content, in particular modern music, which must be taken into account when disseminating patterns of anti-extremist behavior and organizing anti-terrorism prevention.

Keywords: values, extremism, terrorism, consumer consciousness, students, youth, content analysis.

For citation: Lisova S.Yu., Romanova N.R. Commitment to traditional values of students as the basis for countering extremism and terrorism. *Nauchnyj poisk: lichnost', obrazovanie, kul'tura = Scientific search: personality, education, culture*. 2024. No. 3. Pp. 49–54. (In Russ). <https://doi.org/10.54348/SciS.2024.3.9>

Актуальность. Проблема распространения деструктивных идеологий является одной из актуальных тем общественно-политического дискурса современного этапа. По мнению экспертов [Стеценко, 2020, с. 295-296], истоки молодежного экстремизма кроются в кризисе социокультурной среды российского общества, повлекшем переоценку молодыми людьми ценностей предыдущих поколений. Ценности молодежной аудитории выступают предметом исследований в различных областях научного познания [Третьякова, Попкова, 2020; Ценностные..., 2017]. Традиционные ценности представляют собой нравственные ориентиры, формирующие мировоззрение гражданина, определяющие в дальнейшем личные и групповые цели, способы их достижения и критерии оценки этих достижений. Именно по этой причине принятые в последнее десятилетие доктринальные документы в области противодействия экстремизму и терроризму требуют организации профилактической работы, ориентированной на формирование у молодежи традиционных ценностей.

Государственная молодежная политика как особая сфера управления должна опираться на валидные данные о ценностных устремлениях подрастающего поколения. Для этого необходимо ведение мониторинга посредством педагогического наблюдения, анкетирования, диагностики психологического состояния и т.п., что обуславливает актуальность и значимость настоящего исследования.

Методы и организация исследования.

Цель исследования – выявление приверженности региональной студенческой молодежи традиционным ценностям и маркировка факторов, воздействующих на мировоззрение учащихся. Результаты проделанной работы позволят отслеживать динамику изменений обстановки в молодежном сообществе для выработки мер гибкого реагирования на социальные запросы, что представляется особенно важным в ситуации нарастания террористической угрозы на фоне проведения СВО.

Исследование проходило в два этапа. На первом этапе (февраль 2023 г.) проводилось анкетирование студентов. Базой опроса выступил ФГБОУ ВО «Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина» (ИГЭУ). Выборка составила 107 человек, из них 68 – молодые люди, 39 – девушки (данное распределение соответствует общей социально-демографической структуре технического вуза). Среди опрошенных: обучающихся в военном учебном центре (ВУЦ) 16 человек, 12 студентов указали, что хотели бы обучаться в ВУЦ.

Студентам была предложена анкета, включающая перечисление ценностей, жизненных установок и целей, которые предлагалось оценить по 10-балльной шкале, исходя из степени их близости к личному мировоззрению и жизненной философии. Все ценности условно разделены на традиционные и потребительские (таблица 1).

Таблица 1. Классификация ценностей
Table 1. Classification of values

Традиционные ценности	Потребительские ценности
жизнь, здоровье; достоинство; права и свободы человека; патриотизм; гражданственность; служение Отечеству и ответственность за его судьбу; высокие нравственные идеалы; крепкая семья, наличие детей; созидательный труд; приоритет духовного над материальным; гуманизм; милосердие; справедливость; коллективизм; взаимопомощь и взаимоуважение; историческая память и преемственность поколений; единство народов России	брать от жизни всё; красиво одеваться; удовольствие и наслаждение; новые впечатления; свобода путешествий; иметь все самое лучшее (гаджеты, модную одежду и т.д.); психологический комфорт; развитый сервис; приоритет интересов личности; удовлетворение своих потребностей; физические удобства; легкость отношений; свобода жить, как хочу; вкусная пища; шикарное жилище; свобода отношений; иметь много денег; власть над другими

На втором этапе исследования (май-июнь 2023 г.) проведен контент-анализ ТОП-10 музыкальных произведений из чарт-листа «Яндекс.Музыка», позволивший определить вклад музыкального контента в воспитание активной жизненной позиции молодого поколения.

Анализ результатов исследования. После ранжирования средних показателей по ценностям и выборкам в целях выявления приоритетных и второстепенных ценностей были получены следующие результаты.

Приоритетными ценностями для обучающихся в ВУЦ являются:

- Жизнь и здоровье;
- Крепкая семья, наличие детей;
- Вкусная пища;
- Взаимопомощь и взаимоуважение;
- Права и свободы людей;
- Физические удобства;
- Развитый сервис.

Приоритетные ценности для студентов, желающих обучаться в ВУЦ:

- Жизнь и здоровье;
- Достоинство;
- Вкусная пища;
- Права и свободы людей;
- Взаимопомощь и взаимоуважение;
- Новые ощущения, впечатления;
- Психологический комфорт.

Приоритетные ценности студентов, не желающих учиться в ВУЦ и служить:

- Жизнь и здоровье;
- Достоинство;
- Справедливость;

Права и свободы людей; Психологический комфорт;

- Взаимопомощь и взаимоуважение;
- Вкусная пища.

Приоритетные ценности девушек:

- Психологический комфорт;
- Жизнь и здоровье;
- Справедливость;
- Взаимопомощь и взаимоуважение;
- Права и свободы людей;
- Путешествия;
- Приоритет интересов личности.

Результаты демонстрируют, что среди приоритетных ценностей, определяющих поведение субъекта в ситуации ценностного конфликта и жизненного выбора, не присутствуют патриотизм и гражданственность. Так, у военных «Патриотизм», «Историческая память и преемственность поколений» вместе с ценностью «Путешествия» делят в рейтинге 12-14 места. Ценности «Единство народов России» и «Служение Отечеству и ответственность за его судьбу» занимают соответственно 16 и 28 места из 34 позиций. Аналогичная картина у респондентов, желающих обучаться в ВУЦ: ценность «Патриотизм» занимает 14 место, «Единство народов России» вместе с ценностью «Путешествия» делят 9-10 места, «Историческая память и преемственность поколений» делит 24-26 позиции наряду с ценностями «Коллективизм» и «Созидательный труд», «Служение Отечеству и ответственность за его судьбу» на 28 позиции.

У студентов, не желающих служить, ценность «Патриотизм» занимает 25 место,

«Служение Отечеству и ответственность за его судьбу» на 32 месте, «Единство народов России» на 23 месте, «Историческая память и преемственность поколений» на 24 месте.

Показатели по выборке девушек, обучающихся в ИГЭУ, следующие. Рейтинг ценности «Патриотизм» крайне низок, делит с ценностью «Созидательный труд» – 27-28 место, «Единство народов России» занимает 21 позицию, «Историческая память и преемственность поколений» – 24, «Служение Отечеству и ответственность за его судьбу» – 32.

Промежуточные итоги: уровень патриотизма оказался выше у желающих обучаться в ВУЦ ИГЭУ, в среднем 7,917. Среднее по выборке студентов, уже обучающихся в военном центре, равнялось 7,75. У молодых людей, не желающих обучаться в ВУЦ и служить, этот показатель составил 6,866. Среднее значение по всей выборке составило 7,15. Таким образом, подавляющее большинство регионального студенчества (более 70%) считает себя патриотами. Вопрос о понимании молодежью термина «патриотизм» в настоящем исследовании не затрагивался. Однако согласно опросам [Ценностные..., 2017, с. 34-35], в представлениях о патриотизме преобладают установки, свидетельствующие о так называемом пассивном патриотизме (любить Родину, гордиться достижениями своей страны, знать и уважать культуру нации и т.д.). Активный патриотизм (защищать Родину, исполнять обязанности гражданина, вести борьбу с угрозами безопасности государства) свойственен меньшему количеству респондентов.

По фактору «Служение Отечеству и ответственность за его судьбу» средние показатели по обучающимся в ВУЦ составили – 6,43, у желающих обучаться в ВУЦ – 6,33, у не желающих обучаться в ВУЦ и служить – 5,581.

По фактору «Историческая память и преемственность поколений» средние показатели распределились следующим образом: будущие военные – 7,75, желающие учиться в ВУЦ – 6,7, нежелающие служить и учиться в ВУЦ – 6,9.

В целом у современных студентов достаточно ярко выражен эгоизм. По фактору «Приоритет интересов личности» средние показатели составили: 7,60 – у военных и желающих обучаться в ВУЦ (16 из 28 опрошенных, т.е. 57% отметили 8-10 баллов), 8,33 – у юношей, нежелающих служить и обучаться в ВУЦ (30 из 40, т.е. 75% имеют максимальные баллы по эгоизму), и 8,95 – у девушек (практически все опрошенные отметили 8-10 баллов, при этом незначительное количество девушек отметили максимальное количество баллов по фактору

«Семья»). Преференции отдаются материальным ценностям и индивидуализму.

Таким образом, приверженность регионального студенчества традиционным ценностям отличается фрагментарностью, особенно это касается ценностей служения. У студентов, обучающихся в ВУЦ, а также стремящихся служить в армии и/или обучаться в ВУЦ, приверженность патриотическим ценностям выше, но в иерархической системе они не являются ведущими.

Полученные нами результаты коррелируют с показателями исследований в других регионах России и полностью отражают тенденции, сохраняющиеся в молодежной среде. Так, согласно опросу, проведенному в 2017 г., только треть молодых людей (35,9%) считает, что *скорее одобряет* традиционные ценности современного российского государства, чем не одобряет. Полное одобрение ценностей выразили лишь 21,3 % опрошенных. Примерно столько же (19,1 %) *скорее не одобряют* ценности российского государства, чем одобряют. И около 10 % респондентов *не одобряют* ценности современного российского государства [Ценностные..., 2017, с. 33]. При этом большинство участников опроса считают себя патриотами: 33 % ответили «однозначно» и 41 % указали, что *скорее* считают себя патриотами России [Ценностные ориентации российской..., 2017, с. 34].

От того, в какой мере молодежь разделяет традиционные ценности, зависит ее социальное поведение и образ жизни. Исследование готовности студентов противодействовать распространению терроризма и экстремизма, проведенное в ИГЭУ [Крюкова, Лисова, 2021, с. 75-83], показало, что более 23 % опрошенных равнодушны к экстремистским проявлениям, 1,4 % – одобряют террористическую деятельность, более 12 % – готовы ее оправдать и 5,5 % – выразили сомнения в оценке деятельности экстремистских организаций. Экстремистская деятельность для студентов является во многом непонятной и воспринимается как оппозиционная сила, борьба за свои взгляды и идеалы, сопротивление традиционным устоям (это может свидетельствовать о высоком протестном потенциале обучающихся). Таким образом, мотивационно-ценностный компонент готовности студентов к противодействию экстремизму и терроризму сформирован на низком уровне.

При исследовании проблематики противодействия терроризму и экстремизму важное место занимает маркировка причин и условий их возникновения и распространения. Как сложные социальные конструкты терроризм и экстремизм связаны с существованием целого

комплекса факторов, которые условно можно разделить на социально-политические, экономические, идеологические.

Среди социально-политических факторов следует выделить финансово-экономическое расслоение общества, социальное неравенство, формирование чувства социальной несправедливости и т.д. Экономической плоскостью роста молодёжного экстремизма является кризис в важнейших хозяйственных отраслях, приведших к сокращению рабочих мест, сложности поиска достойного заработка и пр. К идеологическим факторам распространения молодёжного экстремизма и терроризма относятся снижение духовности молодого поколения, утрата нравственных и моральных ценностей, отсутствие чётких целей и ориентиров, развенчание идеалов прошлого, пропаганда насилия и жестокости в СМИ.

Масс-медиа, обладая значительным социализирующим потенциалом, побуждают молодежь к определению более конкретных жизненных позиций и являются отправной точкой для конструирования их собственной жизни. На втором этапе исследования (май-июнь 2023 г.) мы осуществили проверку данного тезиса. Основываясь на данных социологических опросов, согласно которым российская молодежь отдает предпочтение развлекательным ресурсам, и прежде всего, музыкальным [Волков, 2015, с. 913-915], мы провели контент-анализ ТОП-10 музыкальных произведений из чарт-листа «Яндекс.Музыка». Содержание песен было подвергнуто математическому анализу: подсчитывалась частота отдельных терминов и категорий, отражающих то или иное событие, явление, отношение, ценность и др. Нами выявлено, что самое часто встречаемое слово в исследуемом массиве – местоимение «Я» (148 раз), на втором месте, исключая предлоги и союзы, слово «деньги» (50 раз). Таким образом, музыкальный контент способствует формированию материально-эгоистической ориентации современной молодежи.

В общем массиве содержания музыкальных произведений были выделены категории, производящие ту или иную ценность, отношение, и подсчитано количество индикаторов, отражающих данные категории ценностей. Всего выделено 18 категорий (межличностные отношения и чувства, духовные ценности, потребность в идентификации, девиантное поведение, депрессия, деньги, дорогие атрибуты, энергия, наркотики, курение, агрессия, самокритика, самолюбование, обвинение, мат, криминальный сленг, вульгаризмы, англицизмы), маркирующих ценности терминальные (цели), ценности

инструментальные (средства), модели поведения (эталоны), черты характера (идеалы), состояния (переживания).

Были получены следующие результаты. На первом месте по частоте находятся англицизмы (частота встречаемости 147), что свидетельствует о подражании Западу и о сохраняющихся с конца прошлого века ориентациях на западные ценности «свободного мира». Российская молодежь в значительной своей части еще не освободилась от «колонизации сознания» и воспринимает западное как лучшее. В качестве положительного момента отметим, что криминальный сленг (частота – 38), мат (частота – 18) и молодежные вульгаризмы (частота – 10) занимают невысокие позиции в рейтинге упоминаний.

Вторая позиция – состояние депрессии (частота – 134). Преобладающее настроение молодежи в данный период – это негативные эмоциональные состояния, тревога, ощущение неправильности бытия, пессимизм. Для сравнения ценности энергии, активности и оптимизма (категория «Энергия») набрали всего 25 упоминаний.

На третьей позиции – межличностные отношения и чувства (частота – 61). Сумма частоты индикаторов категорий «Межличностные отношения и чувства» и «Депрессия» выводит ценность переживаний на первое место (195 упоминаний).

Далее в рейтинге идут «деньги» (58) и «дорогие атрибуты» (43). Вместе они как символы успеха и как позитивные ценности-цели выходят на второе место (101).

Духовные ценности на шестой позиции (частота – 34). Сюда мы отнесли чтение книг, веру, стремление к самостоятельности, благодарность, любовь и др.

Соотношение частоты встречаемости индикаторов самолюбования (15) и самокритики (3) подтверждают выявленную на первом этапе исследования эгоистическую направленность молодежи.

К положительным моментам также следует отнести невысокую частоту упоминаний в текстах песен деструктивных паттернов: курение (18), употребление наркотиков (6), девиантное поведение (6), агрессия (6), обвинения (2).

Таким образом, анализ показал, что молодежный музыкальный контент практически не вносит вклад в воспитание у подрастающего поколения активной жизненной позиции, сознательности, трудолюбия, патриотизма и других традиционных ценностей.

Выводы. Проведенное исследование позволило изучить существующие в настоящее время

ценностные ориентации региональной молодежи и выявить некоторые факторы, влияющие на ее мировоззрение. Нами определено, что учащаяся молодежь, даже в рамках одного вуза, не является однородной по ценностным приоритетам. Поэтому необходима четкая сегментация этой возрастной группы для точечной работы и применение в каждом сегменте молодежной аудитории особых мероприятий и средств воздействия.

Ценности молодежи во многом определяются установками, транслируемыми развлекательным медийным контентом, в частности современной музыкой. Это необходимо учитывать при распространении паттернов антиэкстремистского поведения, опираясь на значимые для данной социальной группы каналы.

Установлено, что приверженность студенчества традиционным ценностям отличается фрагментарно-

стью и декларативностью. Среди приоритетных ценностей, определяющих поведение субъекта в ситуации ценностного конфликта и жизненного выбора, не присутствуют патриотизм и гражданственность. Поэтому для формирования у молодежи требуемого уровня противодействия экстремизму и терроризму необходимо синхронизированное воздействие всех институтов социализации (образование, СМИ, молодежные организации и др.). К патриотическому воспитанию молодежи следует подходить системно, институционально, избегая излишнего табуирования и формализации. В целях раскрытия инновационного потенциала молодежи и минимизации радикализма важно создавать молодежные организации, основанные на межличностной коммуникации и совместной деятельности, направляя их работу в нужное идеологическое русло.

Список источников

- Волков В. А. Влияние СМИ на формирование культурных ценностей: аксиологический аспект // Молодой ученый. 2015. № 3(83). С. 913-915.
- Давыдова М. А. Приверженность молодежи ценностям индивидуализма: характеристики терминальных и инструментальных ценностей // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2012. № 4(108). С. 125-131.
- Крюкова Т. Б., Лисова С. Ю. Формирование готовности студентов к противодействию экстремистской и террористической деятельности. Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Русайнс», 2021. 126 с.
- Романова Н. Р. Патриотизм студенческой молодежи: содержание, парадоксы, динамика // Состояние и перспективы развития электро- и теплотехнологии (XXI Бенардосовские чтения): Материалы международной научно-технической конференции. Иваново, 2021. С. 191-195.
- Стеценко В. В. Культурное просветительство как ценностно-смысловая платформа профилактики идеологии экстремизма в молодежной среде // Вестник Таганрогского института имени А.П. Чехова. 2020. № 1. С. 294-299.
- Третьякова О. В., Попкова А. А. Молодежь в современном обществе: система ценностей // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2020. № 2(65). С. 112-116.
- Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодежной политики: результаты исследования / О. Л. Бегичева, С. А. Гришаева, М. Б. Поляков и др. Москва: Государственный университет управления, 2017. 131 с.

References

- Volkov V. A. The influence of the media on the formation of cultural values: an axiological aspect. *Molodoy uchenyy = Young scientist*. 2015. No. 3(83). Pp. 913-915. (In Russ).
- Davydova M. A. Commitment of youth to the values of individualism: characteristics of terminal and instrumental values. *Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 1: Regionovedenie: filosoфиya, istoriya, sociologiya, yurisprudenciya, politologiya, kul'turologiya = Bulletin of the Adygea State University. Series 1: Regional studies: philosophy, history, sociology, jurisprudence, political science, cultural studies*. 2012. No. 4(108). Pp. 125-131. (In Russ).
- Kryukova T. B., Lisova S. Y. Formation of students' readiness to counter extremist and terrorist activities. Moscow: Limited Liability Company "Ruseins", 2021. 126 p. (In Russ).
- Romanova N. R. Patriotism of student youth: content, paradoxes, dynamics. In: State and prospects for the development of electrical and thermal technology (XXI Benardos readings): Materials of the international scientific and technical conference. Ivanovo, 2021. Pp. 191-195. (In Russ).
- Stetsenko V. V. Cultural enlightenment as a value-semantic platform for the prevention of the ideology of extremism among young people. *Vestnik Taganroгskogo instituta imeni A.P. Chekhova = Bulletin of the Taganrog Institute named after A.P. Chekhov*. 2020. No. 1. Pp. 294-299. (In Russ).
- Tret'yakova O. V., Popkova A. A. Youth in modern society: a system of values. *Vestnik Surgutskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Bulletin of the Surgut State Pedagogical University*. 2020. No. 2(65). Pp. 112-116. (In Russ).
- Value orientations of Russian youth and the implementation of state youth policy: research results / O. L. Begicheva, S. A. Grishaeva, M. B. Polyakov and others. Moscow: State University of Management, 2017. 131 p. (In Russ).

Статья поступила в редакцию 05.03.2024; одобрена после рецензирования 05.04.2024; принята к публикации 07.05.2024.

The article was submitted 05.03.2024; approved after reviewing 05.04.2024; accepted for publication 07.05.2024.