



Научно-исследовательская статья

УДК 159.923.2

DOI: 10.24412/2078-9238-2025-456-9-21

## ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ФОКУСЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Наталья Михайловна Мамедова

Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова,  
Москва, Россия,  
[mamedova\\_nm@rea.ru](mailto:mamedova_nm@rea.ru); <https://orcid.org/0000-0002-7887-8724>

**Аннотация.** В статье на основе вторичного анализа результатов социологических исследований и эмпирических опросов, проведенных в рамках исследования по заказу Минобрнауки России «Исследование тенденций развития ценностных ориентаций студенческой молодежи в контексте формирования гражданской идентичности российского студенчества» анализируются основные тенденции в динамике ценностных ориентаций студенческой молодежи. Гражданская идентичность студенческой молодежи как основа национального самосознания находится в процессе глубоких изменений, движимых внутренним конфликтом между традиционными и либеральными ценностями. Это противоречие пронизывает все уровни их ценностного сознания. Противоречивый синтез данных ценностных систем порождает феномен ценностного диссонанса, который проявляется в расхождении между номинальными представлениями и реальными проявлениями ценностных ориентаций. Ценностный диссонанс носит системный характер, проявляется во всех компонентах самосознания студенческой молодежи. Разнонаправленные тенденции в динамике ценностных ориентаций студенческой молодежи определяют значение и роль образовательных и воспитательных технологий в вузе. В формировании ценностных ориентаций студентов особая роль принадлежит дисциплинам гуманитарного цикла. В содержании гуманитарных дисциплин заложена информация о ценностно значимом и должном. Развивая критическое мышление студента, гуманитарные дисциплины позволяют ему сделать осознанный выбор жизненной стратегии на основе гуманистических ценностей.

**Ключевые слова:** ценностный диссонанс, индивидуализация, прагматизация, гедонизм, консьюмеризм

**Благодарности:** работа выполнена при финансовой поддержке Минобрнауки России (научно-исследовательская работа № FSSW-2023-0053).

**Для цитирования:** Мамедова Н. М. Ценностные ориентации студенческой молодежи в фокусе проблемы национальной идентичности // Вестник МГПУ. Серия «Философские науки». 2025. № 4 (56). С. 9–21. <https://doi.org/10.24412/2078-9238-2025-456-9-21>

### Scientific and theoretical article

UDC 159.923.2

DOI: 10.24412/2078-9238-2025-456-9-21

## VALUES OF STUDENT YOUTH IN THE FOCUS OF THE PROBLEM OF NATIONAL IDENTITY

**Natalia M. Mamedova**

Plekhanov Russian University of Economics,  
Moscow, Russia,  
[mamedova.nm@rea.ru](mailto:mamedova.nm@rea.ru); <https://orcid.org/0000-0002-7887-8724>

**Abstract.** The article analyzes the main trends in the dynamics of value orientations of student youth based on the secondary analysis of the results of sociological studies and empirical surveys conducted within the framework of the study commissioned by the Ministry of Education and Science of Russia “Study of Trends in the Development of Value Orientations of Student Youth in the Context of Formation of the Civil Identity of Russian Students”. The civic identity of student youth as the basis of national self-consciousness is in the process of profound changes driven by an internal conflict between traditional and liberal values. This contradiction permeates all levels of value consciousness. The contradictory synthesis of these value systems gives rise to the phenomenon of value dissonance, which manifests itself in the discrepancy between nominal ideas and real manifestations of value orientations. Value dissonance is systemic and manifests itself in all components of self-consciousness of student youth. Multidirectional trends in the dynamics of value orientations of student youth determine the significance and role of educational and upbringing technologies in the university. In the formation of students' value orientations, a special role belongs to the disciplines of the humanitarian cycle. The content of the humanitarian disciplines contains information about the value-significance and proper. By developing the student's critical thinking, the humanitarian disciplines allow him to make a conscious choice of life strategy based on humanistic values.

**Keywords:** value dissonance, individualization, pragmatization, hedonism, consumerism

**Acknowledgements:** the work was carried out with the financial support of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation (research work no. FSSW-2023-0053).

**For citation:** Mamedova, N. M. (2025). Values of student youth in the focus of the problem of national identity. *MCU Journal of Philosophical Sciences*, (4 (56)), 9–21. <https://doi.org/10.24412/2078-9238-2025-456-9-21>

## Введение

**Н**ациональная идентичность в эпоху глобализации и геополитической нестабильности перестала быть исключительно предметом теоретического анализа, превратившись в ключевой фактор, определяющий траекторию развития государств, их роль на мировой арене и способность к обеспечению национальной безопасности. Проблема формирования российской идентичности отражает противоречие: как, опираясь на существующее многообразие представлений о стране, создать целостный и действенный ментальный конструкт, обладающий уникальными характеристиками и способный консолидировать общество. Чрезмерная распространенность термина «идентичность» в различных дискурсах привела к размыванию его первоначального значения. Это, с одной стороны, свидетельствует о высокой степени актуальности проблемы, а с другой — требует критического переосмыслиния понятия и выявления его реального потенциала для понимания и решения современных социально-политических задач.

Французский ученый Пьер Нора задается вопросом, почему социальная идентичность, которую он считает синонимом социальной памяти, стала такой важной темой обсуждения [Нора, 2005]. Он объясняет это изменениями в развитии общества и истории. Можно согласиться с мнением П. Нора, что расцвет памяти и идентичности связан с двумя главными причинами: общество стало меняться гораздо быстрее, а также стало более демократичным. Скорость социальных изменений приводит к тому, что новые социальные феномены не успевают кристаллизоваться в какие-либо устойчивые формы социальности, поэтому современная культура обращается к историческим артефактам в целях наделения смыслом стремительно изменяющейся действительности. А демократизация общества, породившая множество новых государств, стремящихся к самоопределению через обращение к прошлому (реальному или вымышленному), также способствует этому «идентификационному буму».

## Постановка проблемы

Формирование идентичности — это континuum, отражающий историческую и культурную преемственность поколений, специфику изменчивого социокультурного контекста. Особую роль в формировании национальной идентичности выполняют политические, интеллектуальные элиты общества. Таким образом, задача формирования национальной идентичности во всей смысловой полифонии этого понятия среди студенческой молодежи предстает как фундаментальная задача сохранения суверенитета, безопасности и, в конечном счете, выживания России как самобытной уникальной культуры. Студенческая молодежь — это будущая элита общества, от которой будет зависеть судьба нашей Родины, поэтому исследование ценностных ориентаций студенческой

молодежи в структуре их мировоззрения, определение специфики идентичности студенческой молодежи в ракурсе гражданственности и патриотических интенций имеет особое значение и актуальность.

Цель статьи — на основе вторичного анализа результатов социологических исследований и эмпирических опросов, проведенных в рамках исследования по гранту Минобрнауки России в 2023 и 2024 годах (межрегиональная выборка  $N = 900$  и  $N = 945$  соответственно), определить значимые тенденции динамики ценностных ориентаций студенческой молодежи в аспекте национальной идентичности.

## Результаты исследования

В исторической ретроспективе дискурс идентичности эволюционировал: от акцента на индивидуальной самотождественности к рассмотрению разнообразных форм коллективной идентификации. В основе понятия идентичности лежит противоречие между стремлением к тождеству (с другими) и стремлением к уникальности, что позволяет как объединять, так и разделять. Парadoxальная природа идентичности в том, что это всегда напряжение между желанием быть частью чего-то большего и стремлением сохранить свою уникальность. Национальная идентичность неразрывно связана с феноменом нации, и ее формирование, с одной стороны, отражает процессы нациогенеза, с другой стороны, смысловое поле идентичности включает в себя и более широкий историко-культурный контекст, предшествующий формированию нации. В многонациональной России общение и взаимодействие между различными культурами играет решающую роль в формировании общероссийской идентичности. Чувство родины, эмоциональная связь с местом, где человек вырос, — это основа национальной идентичности. Прошлое нации, ее история, формирует ее национальное самосознание. Прошлое как национальная биография формирует представление нации о самой себе, а символическое значение пространства жизни определяет ценность Родины [Мамедова, 2025].

Проведенное теоретическое исследование специфики ценностей студенческой молодежи, факторов их формирования и эмпирическое исследование связи этих ценностей с тенденциями развития гражданской идентичности российского общества позволяет сделать некоторые выводы относительно динамики и содержания идентичности студентов вузов.

Общая динамика трансформации гражданской идентичности студенческой молодежи определяется диалектическим взаимодействием традиционных и либеральных ценностей, что находит отражение во всех компонентах их ценностного сознания (когнитивном, эмоциональном). Результатом такого синтеза противоположных установок является ценностный диссонанс. Ценностный диссонанс проявляется в несоответствии между декларативными ценностями и их фактической реализацией, между провозглашаемыми идеалами и реальной

мотивацией поведения. Этот диссонанс не является случайным явлением, а представляет собой системную проблему, влияющую на саму структуру студенческой идентичности.

Другая значимая тенденция заключается в усложнении и появлении новых форм индивидуальной идентичности при одновременном снижении роли коллективной идентичности. Студенты все больше фокусируются на своей индивидуальной идентичности, в то время как коллективные связи ослабевают. Исходя из результатов исследования, проведенного в 2023 году, эта тенденция подтверждается, так как ценность коллективизма поддержало 23 % респондентов, а индивидуализма — 40,7 %. Результаты, полученные в 2024 году, также обосновывают эти тенденции. Почти треть респондентов согласны с либеральными ценностями индивидуалистической свободы. «В собственном самовыражении я не должен быть ограничен требованиями со стороны других людей» — 30,37 %. Это результаты ответов на прямой вопрос: «Какие ценности вы поддерживаете?» Однако для релевантного представления о соотношении коллективизма — индивидуализма необходимо было выявить отношение к социологическим индикаторам индивидуализма, таким как самореализация, удовлетворение личных потребностей, работа на благо общества либо для себя и своей семьи, проявление самоуважения.

Согласно исследованию, проведенному под руководством Ю. Р. Вишневского, популярность ценностных ориентаций, связанных с самореализацией, растет («возможность реализовать свои способности» с 5 % в 1999 г. до 33 % в 2020 г.) [Молодежь о будущем России и о себе, 2021, с. 264]. Высокий показатель самореализации также подтверждается нашим исследованием (64 % — опрос 2023 г. и более 80 % — опрос 2024 г.) и свидетельствует, с одной стороны, о творческом потенциале и активности личности, с другой — об индивидуализации, смещении приоритетов с общественных ценностей на личностные. В сумме прямые и косвенные (индикативные) показатели по ценности индивидуализма составляют 80,7 % опрошенных (опрос 2023 г.), чья иерархия ценностей предполагает первенство личного над общественным. Приоритет индивидуалистических ценностей студенческой молодежи наблюдается и при ответе на вопрос о смысле и цели будущей работы. Меньшинство опрошенных считает, что важно работать на благо страны. Большинство — работать на себя либо на свою семью. Лишь 15,9 % респондентов согласны с тем, что человек должен работать на благо своей страны. Половина респондентов согласны с утверждением «Я уважаю себя как личность и никогда не дам себя в обиду, чего бы это ни стоило по отношению к другим» (54,07 %). В данном случае самоуважение оборачивается индивидуалистической ориентацией пренебрежения интересами других. В рамках коллективистской траектории находятся мнения трети респондентов, которые не готовы в любой ситуации утверждать свою индивидуальную позицию и отмечают: «Я всегда прислушиваюсь к мнению людей, обладающих авторитетом, в основном следую тому, что они говорят» (36,51 %).

Индивидуализация, проявляющаяся в ослаблении связей с обществом, обусловлена фундаментальными изменениями социальной онтологии. «В реальном социальном пространстве происходят процессы социальной атомизации, отчуждения, а в информационном — образуются виртуальные сообщества, независимые от реальной социальной сегментации. Возникают новые формы социальной консолидации. <...> Следствием таких социальных тенденций является социокультурная маргинализация, происходящая автономно от реальной социальной стратификации. Разрушаются традиционные культурные паттерны, коды, которые складывались в течение столетий, образуя культурную матрицу деятельности, отношений, взаимодействий» [Мамедова, 2019, с. 10]. Этот процесс также подкрепляется изменениями в образовании (коммерциализацией, дистанционным обучением) и появлением новых форм занятости (фриланс), ставших возможными благодаря информационным технологиям. Имея в виду смещение ценностных ориентаций от традиционных коллективистских ценностей к индивидуалистическим, важно отметить, что отношение к коллективизму неоднородно: молодежь демонстрирует большую приверженность коллективистским ценностям в рамках ближайшего окружения (друзья, семья), чем в отношении макросреды (государство, регион). В контексте межличностных отношений респонденты высоко ценят взаимопомощь и взаимное уважение (68,4 %), уважение к друзьям и близким (65,1 %) и высокие нравственные идеалы (60,1 %). Однако при прямом выборе между коллективизмом и индивидуализмом как ценностями 40,7 % выбрали индивидуализм. В этом выражается ценностный диссонанс — расхождение декларативных и реальных ценностях ориентаций.

*Еще одна важная тенденция, характеризующая трансформацию самосознания студенческой молодежи и прослеживающаяся как в многочисленных социологических опросах молодежи, так и в нашем исследовании, — это pragmatизация ценностного сознания студенческой молодежи, которая выражается в смещении ценностных ориентаций в сторону материальных и гедонистических аспектов. Гедонизм и консьюмеризм все более распространяются среди молодежи. Потребление и наслаждение становятся приоритетами, влияющими на выбор и поведение молодых людей.*

*Прагматизация имеет объективные и субъективные основания. Объективные факторы связаны с социокультурной трансформацией. «В современном обществе, где человек, как правило, не имеет контроля за производственной деятельностью, потребление становится важнейшей формой социальной и культурной идентификации, ведущей формой деятельности, и в то же время сущностной чертой экономики. Свобода потребления создает иллюзию свободы индивидуального выбора, несмотря на массовость потребления. Любой акт покупки связан с принятием решения, осознанным выбором. Потребление приобретает смыслообразующее значение, становится целью существования. Одновременно консьюмеризм, будучи актом вполне индивидуальным, представляет собой вид социально одобряемой деятельности, позволяет человеку осуществить свои социальные и экономические притязания и роли. Массовая культура*

*и ее артефакты (в их числе реклама) создает ту среду, которая, в конечном счете, определяет индивидуальный выбор» [Мамедова, 2018, с. 49–50].*

Субъективные факторы связаны с социально-психологическими особенностями молодежи, неоднозначным влиянием массовой культуры, социальных медиа. Молодежь в силу своих возрастных особенностей более подвержена воздействию массовой культуры и социальных сетей, которые продвигают идеалы потребления и удовольствия. Реклама, модные тренды и образы, показываемые в социальных сетях и на других медийных платформах, отражают идеологию консьюмеризма, формируют представление о том, что счастье и удовлетворение достигаются преимущественно через потребление материальных благ и индивидуальное наслаждение. Для некоторых молодых людей потребление и удовольствие становятся способом компенсации стресса, низкой самооценки или других недостатков. Их стремление к удовлетворению материальных потребностей и наслаждению может быть попыткой заполнить эмоциональные или социальные пустоты. Молодые люди еще не имеют достаточного жизненного опыта и не знают, чего они по-настоящему хотят в жизни. Гедонизм и консьюмеризм могут быть попыткой искать счастье и удовлетворение в материальных вещах и развлечениях, пока они еще не осознали истинные ценности жизни. Все эти факторы взаимодействуют и могут усиливать гедонистические потребительские установки среди современной российской молодежи, подкрепляя тенденцию pragmatизации, которая, по существу, отражает процессы, связанные с либерализацией общества и ценностей.

Прагматизация проявляется в изменении приоритетов в пользу прикладных ориентаций и снижении значимости этических и эстетических ценностей. Исследования А. А. Овсянникова и группы социологов из Армении и Белоруссии, проведенные на межрегиональной выборке, выявили существенное снижение за двадцатилетний постсоветский период доли студентов, ориентированных на поиск истины (с 42 % в 1991 г. до 37 % в 2013 г.) и «служение идеалам добра и красоты» (с 51 до 35 %) [Новое поколение: надежды, цели и идеалы, 2016, с. 85]. Современные данные, полученные нами в 2023 году, показывают, что лишь незначительная часть студентов проводит досуг, посещая театры или читая книги (1,9 % и 7 % соответственно).

Эти изменения, вероятно, способствуют и снижению восприятия образования как ключевого фактора карьерного роста. Молодежь все чаще полагает, что успех в карьере зависит не столько от диплома, сколько от практического опыта и личных связей. Исследование Института прикладных экономических исследований РАНХиГС (2018) показало, что почти половина (44,8 %) молодых людей в возрасте 18–30 лет не считают высшее образование обязательным условием для получения хорошей работы (цит. по: [Тазов, 2024, с. 111–112]).

В некоторых исследованиях подчеркивается такая особенность студенческой молодежи, как аполитичность и абсентизм. Так, Ж. В. Пузанова и Т. В. Ларина на основе социологического опроса (анкета — 47 вопросов, N = 1 360 человек) студентов трех московских вузов (Российский университет

дружбы народов, Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Высшая школа экономики) по репрезентативной квотной выборке делают вывод об абсентизме студенческой молодежи [Пузанова, Ларина, 2019]. Это проявляется в отсутствии интереса к политике и общественной жизни. Однако результаты нашего исследования показывают более сложную и неоднозначную картину политической культуры студенчества. Кризисные явления очевидны и по итогам нашего исследования в 2023 году. Для 16,4 % респондентов безразлична страна проживания; 4,8 % не интересуются историей страны, 16 % считают, что знать историю родины необязательно; 9,4 % не уважают представителей других национальностей и рас, 20–29 % аполитичны. Патриотизм как приоритетную ценность отметили лишь 40,3 % опрашиваемых.

При этом наш опрос, проведенный в рамках исследования в 2024 году, показывает, что студенты имеют довольно высокий уровень знаний о своих правах, сущности гражданственности, понимании смысла гражданских ценностей — справедливости, достоинства, терпимости, патриотизма. Отвечая на вопрос, какой из приведенных тезисов правильно объясняет, что такое гражданственность, большинство выбрало вариант «Глубокое осознание принадлежности к стране, в которой живет человек, осознание своих прав и обязанностей по отношению к ней» (84,23 %). Половина респондентов (49,74 %) считают, что гражданственность предполагает знание языка и культуры страны. Необходимо отметить, что более трети опрошенных включают в понятие гражданственности формально-юридические моменты: знание законов страны (37,04 %), получение паспорта гражданина страны (87 %). Тенденция ценностного диссонанса наблюдается в отношении к понятию справедливости. Достаточно высокий уровень декларативной приверженности респондентов ценности «справедливость» (78,2 %) — максимальный результат среди других ценностей — сочетается с безразличием в отношении социального неравенства. Равные стартовые возможности поддержали лишь 34,29 % опрошенных.

Одна из важнейших гражданских ценностей — права и свободы человека. Выбирая тезис, который, по мнению респондентов, соответствует этой ценности, более половины опрошенных связывают понятия свободы и самоуважения («Я уважаю себя, поэтому моя личная свобода является для меня главной ценностью» (58,94 %)) и тщательно следят за их соблюдением со стороны других («Я хорошо знаю свои права и неукоснительно слежу за тем, чтобы другие их соблюдали, ведь права и свободы личности — это основа общественной жизни» (57,67 %)). Вместе с тем 41,27 % опрошенных согласны с тем, что для социального благополучия необходимо подчиняться социальным нормам («Жить в обществе и быть свободным от общества не получится»). Свободу не только как правовую ценность, но и ценность моральную («Свобода человека как традиционная ценность — это способность человеческой воли стремиться к добру») понимают 37,46 %.

С точки зрения сформированности национальной идентичности показательна динамика отношения студенческой молодежи к такой ключевой

ценности, как патриотизм. Согласно исследованиям до 2020 года, рейтинги реального патриотизма показывали отрицательную динамику. «Так, 70,7 % молодых людей в 2015 г. заявили о нежелании служить в Российской армии; в 2020 г. этот показатель увеличился до 84,8 %. В случае угрозы извне только 18,9 % в 2015 г. и 15 % в 2020 г. готовы были защищать Родину в качестве добровольца» [Седова, 2022, с. 77]. Эти показатели подтверждают расхождение номинальных и реальных ценностных ориентаций, демонстрируя тенденцию ценностного диссонанса.

Наше исследование выявило рост патриотических настроений. Половина респондентов считают неотъемлемой чертой патриотизма готовность встать на защиту Родины (49,31 %). Можно предположить, что условия Специальной военной операции стали катализатором патриотических настроений. Молодые люди не могут оставаться равнодушными, когда необходимо защищать отчество. На вопрос «Что вы вкладываете в понятие патриотизма?» три четверти респондентов ответили: «Любовь к своей стране, гордость за ее достижения» (76,30 %). Немногим менее 67,51 % отмечают в качестве дополнения любовь к малой родине, местам, где родился и вырос. Это отражает эмоциональный компонент гражданской идентичности — более личностное восприятие отечества, которое предполагает оценку, отношение и выражается в чувствах гордости, любви к отечеству. Почти половина респондентов вкладывает в понятие патриотизма чувство ответственности за судьбу страны, свое личное участие (48,15 %). Немногим менее 44,44 % опрошенных неотъемлемой чертой патриотизма считают чувство сопричастности к великой истории и культуре России. 30,69 % полагают, что активная жизненная позиция, созидательный труд также составляют содержание понятие патриотизма. Менее трети респондентов в своем понимании патриотизма следуют индивидуалистической траектории: «Родина там, где мне хорошо» (28,15 %).

В многонациональном Российском государстве важное место в ценностных ориентациях в структуре гражданской идентичности занимает ценность толерантного отношения к другим культурам и традициям. По данным нашего исследования в 2023 году, отвечая на вопрос, как лучше узнать о культуре других народов, их традициях и обычаях, большинство респондентов (60,1 %) отметили совместное обучение со студентами других национальностей, когда ознакомление с традициями и нормами другой культуры происходит в обыденной коммуникации. В следующей группе опрошенных преобладает мнение о таких способах обмена культурной информацией, как изучение иностранного языка (47,8 %), общение с молодыми людьми других национальностей в соцсетях (44 %), а также изучение дисциплин, направленных на обучение эффективной межкультурной коммуникации («История и культура стран изучаемого языка», «Межкультурные коммуникации» и т. д.). Треть респондентов (32,6 %) считает, что получению знаний о других культурах успешно способствуют тематические интерактивные мероприятия, 29,3 % ожидают получить эти знания на тематических лекциях, организуемых в вузе.

Знания в области культуры и истории своей страны, довольно высокий уровень правовой культуры представляют собой определенный базис для формирования гражданской идентичности. Вместе с тем гражданская идентичность может принимать неверные, гипертрофированные в отдельных аспектах формы. Несмотря на то что подавляющее большинство молодых людей по-прежнему испытывает гордость за свою страну и чувство приверженности ей, такие ценностные ориентации, как гедонизм, коньюмеризм, аполитичность и абсентизм могут деструктивно влиять на гражданскую идентификацию современного российского молодого человека. В значительной степени такие особенности студенческой идентичности и тенденции в ее динамике объясняются состоянием российского гражданского общества (прошедшего период разрушения советской системы ценностей), в котором наблюдается кризис индивидуальных и коллективных идентичностей, ведущий к формированию размытой идентичности. Этот кризис в большей степени затронул молодежь, которая в условиях неполноты сформированной гражданской идентичности может характеризоваться отчуждением от политической жизни, сепаратизмом и даже экстремизмом, сложностями в соотнесении себя с социальной или профессиональной группой, с государством инацией.

При этом следует учитывать, во-первых, что гражданская идентичность может иметь различные модусы существования — номинальный, реальный, несформированный. Во-вторых, различные модусы гражданской идентичности зависят от уровня ее проявления — когнитивного, эмоционального или поведенческого (конативного).

Положительная сторона сформированной у студентов гражданской идентичности проявляется в имеющихся знаниях истории страны, ее подвигах и достижениях, значении в мировом сообществе. К отрицательной зоне тяготело отношение к власти и мнение о социально-экономическом состоянии Российской Федерации, а также наличие коррупции и безработицы. О несформированной гражданской идентичности свидетельствует более низкая оценка истории, текущего состояния и будущего России, что сопровождалось стремлением к иждивенчеству по отношению к государству. С другой стороны, в структуре гражданской идентичности надо выявлять не только когнитивные и эмоциональные аспекты, но и поведенческие, отражающие деятельность на благо отечества, активную социально-политическую позицию и ответственную социально значимую деятельность. Как отмечалось, одна из проблем идентичности молодежи проявляется в диссонансе между нормативным и реальным. Согласно полученным нами данным, ориентации молодых людей на такие традиционные ценности русской культуры, как патриотизм, коллективизм и справедливость, которые значимы для формирования гражданской идентичности, носят противоречивый характер. Вместе с тем эмпирический опрос показывает высокие рейтинги по таким традиционным ценностям, как семья, преемственность поколений, взаимопомощь и взаимоуважение, милосердие, гуманизм.

## Заключение

Разнонаправленные тенденции в динамике ценностных ориентаций студенческой молодежи определяют значение и роль образовательных и воспитательных технологий в вузе. В формировании ценностных ориентаций студентов особая роль принадлежит дисциплинам гуманитарного цикла. В содержании гуманитарных дисциплин заложена информация о ценностно значимом и должном. Развивая критическое мышление студента, гуманитарные дисциплины позволяют ему сделать осознанный выбор жизненной стратегии на основе гуманистических ценностей. Конструирование гражданской идентичности студентов можно представить как процесс семантизации ценностей посредством гуманитаризации образования, которое предполагает использование текстов, расширяющих культурный кругозор, отражающих историю России, логику и перспективы ее развития (философия, история, история государственности России). Однако кризис просветительского проекта рационального переустройства мира привел к недоверию к любым объяснительным системам, поэтому необходим поиск новых стратегий презентации национальной идентичности — медиапрезентации, художественно-эстетические, игровые, интерактивные, — которые также адаптируются к особенностям современной молодежи, склонной к визуализации как доминирующему способу восприятия информации.

В содержательном плане основу воспитательных и образовательных технологий образуют такие значимые события российской истории, как победа в Великой Отечественной войне, освоение космоса и присоединение огромных территорий. Именно апелляция к этим событиям создает чувство гордости за страну и дает самым разным общественным группам возможность для объединения и солидаризации. Особую роль в современной идентичности россиян играет концепт всемирной отзывчивости русской культуры, отраженный в евразийстве. Согласно этому концепту, русская культура является особо инклюзивной, объединяющей и включающей в свое тело и ценностно-смысловую систему все другие культуры, с которыми сталкивается, оказываясь, таким образом, универсальной культурой. Таким образом, центральной идеей, организующей внутренний нарратив переживания национальной идентичности, а также внешние артефакты ее проявления, может стать евразийский проект, отражающий особенности и географического, и исторического бытия российской культуры.

## Список источников

1. Нора П. Всемирное торжество памяти / пер. с фр. М. Сокольской // Непреклонный запас. 2005. № 2 (40–41). e22. <http://magazines.russ.ru/nz/2005/2/nora22.html>
2. Мамедова Н. М. Российская идентичность: социокультурный контекст // Век глобализации. 2025. № 1 (53). С. 167–177. <https://doi.org/10.30884/vglob/2025.01.14>

3. Молодежь о будущем России и о себе: вызовы настоящего и конструирование горизонтов грядущего (по материалам VIII этапа мониторинга динамики социокультурного развития уральского студенчества 1995–2020 гг.) / А. П. Багирова и др.; под общ. ред. Ю. Р. Вишневского. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2021. 372 с.
4. Мамедова Н. М. Информационное общество: трансгрессия социальности // Вестник МГПУ. Серия: Философские науки. 2019. № 1 (29). С. 9–14. <https://doi.org/10.25688/2078-9238.2019.29.1.01>
5. Мамедова Н. М. Культурное мифотворчество: реклама и массовая культура // Инновации в гражданской авиации. 2018. Т. 3. № 4. С. 46–51.
6. Новое поколение: надежды, цели и идеалы. Двадцать лет спустя / науч. ред. А. А. Овсянников. М.: Международный университет в Москве, 2016. 352 с.
7. Тазов П. Ю. Векторы динамики ценностных ориентаций студенческой молодежи РФ // Гуманитарный вестник. 2024. № 3. С. 103–117.
8. Пузанова Ж. В., Ларина Т. И. Гражданско-политическая активность и отношение к СМИ в системе взглядов московского студенчества // Теория и практика общественного развития. 2022. № 11. С. 24–31. <https://doi.org/10.24158/tipor.2022.11.3>
9. Седова Л. И. Национальная идентичность: тенденции трансформации // Гуманитарный вектор. 2022. Т. 17. № 2. С. 69–81. <https://doi.org/10.21209/1996-7853-2022-17-2-69-81>

### References

1. Nora, P. (2005). The worldwide triumph of memory (M. Sokolskaya, Trans.). *An Inviolable Reserve*, (2 (40–41)), e22. (In Russian). <http://maga-zines.russ.ru/nz/2005/2/nora22.html>
2. Mamedova, N. (2025). Russian identity: Socio-cultural context. *Vek globalizatsii*, (1 (53)), 167–177. <https://doi.org/10.30884/vglob/2025.01.14> (In Russian).
3. Vishnevsky, Yu. R. (Ed.). (2021). *Youth about the future of Russia and about ourselves: Challenges of the present and the construction of the horizons of the future (based on the materials of the VIII stage of monitoring the dynamics of the sociocultural development of the Ural student population in 1995–2020)*. Ural University Publishing House. (In Russian).
4. Mamedova, N. M. (2019). Information society: The transgression of sociality. *MCU Journal of Philosophical Sciences*, (1(29)), 9–14. (In Russian). <https://doi.org/10.25688/2078-9238.2019.29.1.01>
5. Mamedova, N. M. (2018). Cultural myth creation: Advertising and mass culture. *Innovations in Civil Aviation*, 3 (4), 46–51. (In Russian).
6. Ovsyannikov, A. A. (Ed.). (2016). The new generation: *Hopes, goals, and ideals. Twenty years later*. Publishing House of the International University in Moscow.
7. Tazov, P. Yu. (2024). Vectors of the value orientation dynamics in students of the Russian Federation. *Journal “Humanities Bulletin” of BMSTU*, (3), 103–117.
8. Puzanova, Zh. V. & Larina, T. I. (2022). Civic and political activity and attitude towards the media in the belief system of Moscow students. *Theory and Practice of Social Development*, (11), 24–31. (In Russian). <https://doi.org/10.24158/tipor.2022.11.3>
9. Sedova, L. I. (2022). National identity: Transformation trends. *Humanitarian Vector*, 17 (2), 69–81. <https://doi.org/10.21209/1996-7853-2022-17-2-69-81>

*Информация об авторе / Information about the author:*

**Наталья Михайловна Мамедова** — доктор философских наук, профессор, профессор кафедры истории и философии Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова, Москва, Россия.

**Natalia M. Mamedova** — Doctor of Philosophy, Professor, Professor of the Department of History and Philosophy of the Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia.

mamedova.nm@rea.ru; <https://orcid.org/0000-0002-7887-8724>