

Российское общество социологов
Агентство «СВОИ»



Результаты социологического исследования «Патриотизм 2.0. Голос нового поколения»

по итогам онлайн-опроса
май-июнь 2025 г.

www.svoi.org

Содержание

Основные выводы и рекомендации	4		
1. Распространенность и характер патриотических настроений	12	4. Патриотизм и СМИ	33
1.1. Самооценка патриотизма	13	4.1. Отношение к понятию «патриотизм» в СМИ	34
1.2. Уважение к России	14	4.2. Отношение к СМИ, признанному иноагентом	35
1.3. Представления о будущем России	15	4.3. Отношение к публичному лицу, признанному иноагентом	36
1.4. Опыт участия в патриотических мероприятиях	16	5. Патриотический контент в восприятии молодежи	37
1.5. Опыт участия в патриотических объединениях	18	5.1. Опыт просмотра кинофильмов и патриотизм	38
2. Образ России в глазах молодежи	20	5.2. Фильмы, вызывающие патриотические чувства	39
2.1. Достоинства России	21	5.3. Опыт прочтения книг и патриотизм	40
2.2. Рейтинг ключевых патриотических ценностей	23	5.4. Книги, вызывающие патриотические чувства	41
2.3. События в жизни страны, вызывающие гордость	24	5.5. Опыт просмотра мультфильмов и патриотизм	42
3. Содержание понятия «патриотизм» в сознании молодежи	25	5.6. Мультфильмы, вызывающие интерес и патриотические чувства	43
3.1. Основные черты патриота	26	5.7. Музыка, вызывающие патриотические чувства	44
3.2. Отношение к России и приоритетность ее национальных интересов	27	5.8. Связь патриотического контента и патриотизма	45
3.3. Авторитетные фигуры для молодых людей	28	5.9. Топ-3 патриотического контента	46
3.4. ЛОМы-патриоты	31		
3.5. Отношение к военнослужащим	32		

6. Востребованные направления патриотического контента	47
6.1. Тематика произведений культуры и искусства, вызывающая интерес	48
6.2. Тематика произведений культуры и искусства, соответствующая ценностям патриотизм	49
6.3. Предпочтительное время действия в патриотических фильмах	50
6.4. Интерес к советскому и современному кинематографу	51
6.5. Дополнительные форматы патриотического воспитания	52
7. Конкурс «КиноПобеда»	54
8. Социально-демографические характеристики	56

Основные выводы и рекомендации

Основные выводы и рекомендации

Опрос проводился 13 мая – 18 июня 2025 года на территории Перми. **Опрошено 1034 респондента** в возрасте от 14 до 25 лет. Ошибка выборки: $\pm 3,04\%$. Основной метод: онлайн-анкетирование.

Распространенность и характер патриотических настроений среди молодежи

Большая часть опрошенной молодежи Перми в целом **считают себя патриотами** – так ответили 77%, из которых 37% точно считают себя патриотами. Напротив, не считают себя патриотами 9% респондентов.

Абсолютное большинство (93%) **в целом уважают Россию**, причем 70% точно уважают страну. При этом **представляют в будущем Россию** сильной и могущественной несколько реже – такие прогнозы дают 71% опрошенных. Еще 9% представляют страну «середняком», а 5% ожидают ее прихода в упадок.

✓ Несмотря на в целом позитивный образ России будущего у молодежи, доля верящих в сильную страну в будущем ниже, чем число уважающих ее. Для преодоления существующего разрыва важно акцентировать внимание на возможностях молодежи влиять на развитие России и демонстрировать зависимость будущего страны от активности молодого поколения. Отдельно следует отмечать истории успешных региональных проектов и достижений, в которых участвовала молодежь.

Более половины респондентов (55%) **имеют опыт участия в мероприятиях патриотической направленности**, а каждый пятый (19%) – в **патриотических объединениях**. С момента замера в 2013 году выросли доли лиц, имеющих опыт участия как в патриотических мероприятиях (+17%), так и в патриотических объединениях (+10%). При этом доли не имеющих опыта участия достаточно велики: в патриотических мероприятиях не принимали участия 28% опрошенных, а в патриотических объединениях – 63% респондентов.

✓ Примечателен существующий разрыв между декларируемым патриотическим самоощущением и реальным участием молодежи в соответствующих мероприятиях. Вероятно, данная ситуация возникает ввиду недостаточной привлекательности существующих форматов подобных мероприятий для молодых людей. В связи с этим стоит рассмотреть возможности расширения подобных активностей – например, цифровых, включающих в себя виртуальные экскурсии, тематические конкурсы в соцсетях, интерактивные и образовательные платформы. Это позволит вовлечь часть молодых людей, которые разделяют патриотические ценности, но не готовы участвовать в классических мероприятиях.

Образ России в глазах молодежи

Наиболее популярные **достоинства России** – это история (65%), природа и (64%) и культура (63%). У большинства чувство гордости за Россию также вызывают достопримечательности и победа в ВОВ (по 53%). В меньшей

Основные выводы и рекомендации

степени гордость вызывают армия и вооружение (36%), успехи на СВО, образование (по 27%), экономика (17%).

- ✓ Исследование показывает, что наибольшую гордость у молодежи вызывают история, природа и культура России. Именно эти сферы должны стать основой для разработки новых программ патриотического воспитания. Целесообразно развивать проекты, связанные с изучением истории Перми и Пермского края, культуры региона и экологическими инициативами.
- ✓ В сознании молодежи военная тематика вызывает определенную неоднородность: Победа в ВОВ является одним из наиболее консолидирующих патриотических символов, тогда как успехи в рамках СВО вызывают гордость существенно реже. Данная ситуация указывает на то, что попытки приравнивания участников современных военных действий к героям ВОВ встречают сопротивление в молодежной среде – форсированное навязывание героических нарративов приводит к обратному эффекту и снижению доверия к патриотическому воспитанию.
- ✓ В связи с отторжением молодежью успехов на СВО как одного из достоинств России рекомендуется пересмотреть стратегии военно-патриотического воспитания. Вместо прямых параллелей между ВОВ и современными событиями следует сосредоточиться на универсальных ценностях, таких как служение Родине, защита мирного населения, взаимопомощь и солидарность. Также вместо немедленных призывов к героизации участников СВО следует начинать с простых человеческих

историй: рассказывать о конкретных людях, фокусируясь на их человеческих качествах, профессионализме, заботе о товарищах, а не на военных подвигах.

Для каждого второго **ключевой базовой ценностью** в понятии Родины является наше наследие (52%), в тройку также входят семьи и дети (43%) и построение будущего России (40%).

Событиями, произошедшими за последние несколько лет и вызывающими чувство гордости, чаще всего отмечаются Парад Победы и Бессмертный полк, которые назвали 32% опрошенных. Для четверти событиями, вызывающими чувство гордости, стали спортивные достижения, в том числе на соревнованиях без флага (26%), а для каждого пятого – Олимпиада 2014 в Сочи (19%).

Содержание понятия «патриотизм» в сознании молодёжи

Характеризуя понятие «патриотизм», опрошенные представители молодёжи отмечают чаще всего такие черты патриота, **как любить Родину (85%), знать и гордиться историей и культурой страны (69%), испытывать гордость за великие достижения страны (68%).**

Половина респондентов указали также на такие характеристики, как **соблюдать законы государства (51%), любить и беречь своих близких, семью, улицу, дом (51%).**

Значимыми являются также такие черты патриота, как в случае необходимости защищать страну с оружием в руках (38%), знать слова гимна страны (36%), заботиться о старшем поколении (35%).

Основные выводы и рекомендации

Реже всего молодёжь относит к чертам патриота характеристики, связанные с потреблением, как материальным, так и культурным: предпочитать отдых в России, а не за рубежом (14%), предпочитать отечественные фильмы и книги иностранным (13%), покупать отечественные товары, а не иностранные (9%).

В отношении к России и приоритетности её национальных интересов среди опрошенных представителей молодёжи преобладающими являются патриотические установки: 64% поддержали утверждение «Я горжусь своей страной», 26% - «Нет лучше страны, чем Россия», 8% - «Национальные интересы России важнее личных интересов». В целом, доля тех, кто придерживается патриотических установок составила 44%. При этом распространёнными являются также идеи глобализма и индивидуализма (37%). Доля респондентов, имеющих негативные в отношении России установки, минимальна и составляет 7%.

- ✓ В самых популярных ответах о содержании понятия «патриотизм» для молодёжи нет деятельной составляющей. Они считают, что патриотизм — это просто любить, гордиться, знать историю. Делать (служить в армии, волонтерить, защищать страну и т.п.) - во вторую очередь. И совсем непопулярно - делать выбор в пользу российского в потреблении культурного контента/товаров/мест отдыха только по причине их отечественного происхождения. У молодёжи должен быть выбор, и его искусственное ограничение воспринимается в штыки и может иметь обратный эффект.

Авторитетными фигурами, примерами для подражания являются в первую очередь учителя, педагоги, наставники (44%), а также актёры и музыканты (41%).

Военнослужащие, участники СВО на данный момент в качестве примеров для подражания называются реже (28%), но их авторитет выше в группе, знакомых с участниками СВО.

Кумиры подростков до 17 лет — это спортсмены и блогеры. Респонденты старше 17 лет чаще авторитетными считают учёных, бизнесменов и общественных деятелей.

Среди публичных людей, ЛОМов патриотами опрошенные представители молодёжи считают члена Общественной палаты РФ Екатерину Мизулину (38%), актера Юрия Борисова (31%), певца Ярослава Дронова (Шаман) (26%), хоккеиста Александра Овечкина (26%) и фигуристку Камилу Валиеву (24%).

- ✓ Политики и государственные деятели не вызывают у молодёжи сильного интереса (16%), молодые люди смотрят прежде всего на музыкантов и актёров. Поэтому очень важно заниматься именно кино- и музыкальным контентом для молодёжи, а также популяризировать в СМИ успешных российских молодых учёных, бизнесменов. Наука, научные исследования космополитичны, но подчёркивая привязку открытий и исследований к России, можно формировать, пробуждать патриотические чувства у тех, кто имеет глобалистские ценностные установки.

Основные выводы и рекомендации

Патриотизм в СМИ

Большинство опрошенных (60%) в целом положительно относятся к патриотизму в СМИ. Негативное восприятие характерно для 29% респондентов.

- ✓ Распространение патриотического контента и формирование патриотических установок через популярные и востребованные у молодёжи СМИ возможно и необходимо.

Признание СМИ, а также любимого певца, писателя, актёра иноагентом ограничительный эффект имеет для четверти опрошенных представителей молодёжи (24% и 25% соответственно). Преимущественно придание статуса «иноагент» не повлияет на отношение к выбираемому СМИ (32%) и певцу, писателю, актёру (44%). Однако достаточно высокая доля опрошенных (30-40%) затруднилась с ответом на этот вопрос, что может свидетельствовать о том, что не всем понятно содержание понятия «иноагент» и его негативный контекст.

- ✓ Данный момент требует более глубокого анализа для понимания причин такого отношения и возможной коррекции информационной политики.

Патриотический контент в восприятии молодёжи

Значительная часть молодых людей ответили, что за последний год не испытывали чувства гордости за страну при просмотре отечественных фильмов, мультфильмов и чтении книг. Это свидетельствует о том, что существующий контент либо не содержит достаточного патриотического

послания, либо не достигает своей аудитории. Ожидаемо, что так чаще отвечали те ребята, кто не считает себя патриотами, а также не участвующих в патриотических мероприятиях и объединениях. Это подчеркивает необходимость создания более вовлекающего и разнообразного контента, который мог бы заинтересовать и вдохновить молодёжь.

С другой стороны, среди тех, кто ответил, что чувствовал прилив патриотизма при просмотре отечественных фильмов, мультфильмов и чтении книг, преобладают школьники и участники патриотических мероприятий и объединений. Косвенно это указывает на успешность патриотического воспитания в школьной среде, что может быть связано с организованным просмотром патриотических фильмов и чтением книг в рамках учебной программы. Также очевидна важность вовлеченности подростков и молодёжи в патриотическую активность.

Ключевыми в формировании патриотических чувств остаются фильмы о Великой Отечественной войне, такие как «Т-34», «Солдатик», «В списках не значился», «А зори здесь тихие». Однако, чтобы расширить аудиторию и заинтересовать молодёжь, необходимо разнообразить тематику фильмов. Фильмы о космосе и спорте, такие как «Вызов» и «Движение вверх», также вызывают гордость за страну, но их доля среди патриотического контента пока недостаточна.

Среди литературных произведений, вызывающих чувство гордости за страну, чаще всего называют классическую литературу, такую как «Война и мир» Л. Толстого (46%), также почти каждый третий (29%) упомянул прозу о Великой Отечественной войне («А зори здесь тихие» Б. Васильева и «Повесть о

Основные выводы и рекомендации

настоящем человеке» Б. Полевого). Классическая русская литература вызывает гордость за страну у опрошенных. Интересно, что молодые люди старше 18 лет чаще называют классику, в то время как ребята 16-17 лет отдают предпочтение приключенческой литературе.

Только 23% респондентов ответили утвердительно на вопрос о том, вызывал ли у них чувство гордости за страну недавний просмотр каких-либо мультипликационных фильмов, при этом зачастую они затруднялись назвать конкретные произведения. Чаще всего назывались такие мультфильмы, как «Три богатыря» (63%) и «Князь Владимир» (52%), причем последний особенно часто называли молодые люди 20-25 лет (62%). Интересно, что мультфильмы, в отношении которых наблюдается наибольший интерес (60-67%), вызывают патриотические чувства максимум у четверти опрошенных. Мультфильмом, который хочется посмотреть (58%) и который одновременно пробуждает гордость за страну (43%), является «Белка и Стрелка», причем среди ребят 16-17 лет этот показатель достигает 47%.

83-86% молодых людей, которые за последний год смотрели фильмы и читали книги, вызвавшие у них патриотические чувства, чаще всего идентифицируют себя как патриоты России. Наибольшая доля патриотов наблюдается среди респондентов, назвавших:

- Исторические боевики, современные фильмы об армии и военных, о Великой Отечественной войне, не только развлекают, но и напоминают о героических страницах истории России, показывают силу и мужество российских военных. Произведения о подвиге и героизме детей,

- подростков, молодых людей позволяют более близко воспринять тему, поставить себя на место героев.
- Кино, сериалы, мультфильмы и литературные произведения по мотивам народных сказок и былин помогают детям узнать историю своей страны в доступной и увлекательной форме.
- Современные фильмы и мультфильмы, такие как «Время первых», «Белка и Стрелка. Лунные приключения», также вызывают интерес и гордость за достижения России в области космоса.

Песни о Великой Отечественной войне занимают центральное место, вызывая патриотические чувства у 49% опрошенных. Это подчеркивает значимость данной тематики в формировании патриотизма.

Среди молодежи 16-17 лет наблюдается тенденция к предпочтению современных патриотических треков, молодые люди в возрасте 18-19 лет проявляют интерес к рок и рэп композициям о России. В то же время, респонденты старше 18 лет чаще упоминают русские народные песни, песни о природе и классическую музыку, что говорит о ценности эстетического и культурного наследия в формировании патриотических чувств.

- ✓ Таким образом, помимо всеми любимых песен о войне, очевидна необходимость разнообразия музыкальных жанров в патриотическом воспитании, чтобы охватить более широкий спектр молодежной аудитории. Важно продвигать современные патриотические треки, которые отражают современную жизнь в России. Это поможет молодежи взглянуть на патриотизм как нечто актуальное и близкое их времени.

Основные выводы и рекомендации

- ✓ Для усиления патриотического воспитания важно создавать фильмы и литературу, которые не только рассказывают о героических страницах истории, но и показывают современные достижения России в науке, технологиях, искусстве и спорте.
- ✓ Необходимо активно вовлекать молодежь в процесс создания патриотического контента. Это могут быть конкурсы сценариев, съемки короткометражных фильмов, создание литературных клубов и кружков, и т.д.
- ✓ Важно использовать современные технологии и форматы для продвижения патриотических фильмов. Это могут быть интерактивные кинотеатры, виртуальные и дополненные реальности, онлайн-кинофестивали и соцсети. В онлайн-кинотеатрах нужно размещать отдельные подборки патриотических фильмов и сериалов «Горжусь Россией!»
- ✓ Необходимо усилить сотрудничество между образовательными учреждениями и кинематографической индустрией, книжными издательствами. Организация совместных проектов, таких как кино- и литературные клубы, лекции, встречи с ветеранами и героями современности, писателями, обсуждения книг, поможет создать целостную систему патриотического воспитания.

Востребованные направления патриотического контента

Результаты исследования показывают, что молодёжь в возрасте 14–25 лет больше всего интересуется темами **дружбы, взаимопомощи** (46%),

приключений (41%), **личного роста** (35%) и **фантастических миров** (33%). При этом молодые люди 20–25 лет чаще выбирают истории о **преодолении трудностей и саморазвитии** (49%).

При этом наибольший патриотический отклик вызывают темы **русской культуры** (45%), **природы** (45%) и **военных побед** (42%), тогда как гуманитарная миссия (19%) и географические открытия (24%) оказались менее значимыми. В выборе патриотического кино доминирует интерес к историческим победам (47%), особенно среди подростков и участников патриотических объединений, тогда как современные достижения и футуристические сюжеты привлекают лишь 22% и 14% соответственно. Важно отметить, что запрос на патриотический контент тесно связан с личными ценностями и окружением: те, кто вовлечён в патриотические сообщества или имеет связи с участниками СВО, чаще выбирают героические нарративы.

- ✓ Необходимо использовать близкие молодёжи форматы – интеграция патриотических тем в истории о дружбе, приключениях и личном росте через сериалы, комиксы или видеоблоги. Например, создание приключенческих проектов о путешествиях по России с акцентом на культурное наследие.
- ✓ Также для молодежи необходимо делать акцент на визуальную эстетику и эмоции – показывать красоту природы, культурные традиции и современные достижения через яркий визуальный контент (короткие ролики, AR-проекты), избегая излишней навязчивости и поучительности в текстах и интонациях.

Основные выводы и рекомендации

- ✓ Обязательно нужно давать возможность личного участия – вовлекать молодёжь в волонтерские программы, краеведческие экспедиции или collaborative-проекты (например, создание цифрового архива историй о малой родине), где ценность единства и вклада в общее дело будет ощущаться на практике.

Подростки и молодежь проявляют достаточно большой интерес к **оригинальному советскому кинематографу**: в целом считают их привлекательными 69%, при этом чаще вызывают желание посмотреть **цветные советские фильмы и мультфильмы** (33-35%). Несколько менее популярны современные фильмы (46%) и переснятые советские фильмы и мультфильмы (38%).

- ✓ Советский кинематограф лидирует среди опрошенных различных социально-демографических групп, сохраняет свою популярность как среди патриотов, так и среди тех, кто себя таковым не считает. Соответственно, оригинальные советские фильмы и мультфильмы остаются универсальным средством трансляции и воспитания базовых патриотических ценностей.
- ✓ Несколько меньший интерес к оригинальному советскому кинематографу и, напротив, больший к переснятым фильмам демонстрируют подростки 14-15 лет, что может говорить о важности технической составляющей, качества картинки, а также выражать потребность в адаптации сюжетов в соответствии с современными реалиями.

- ✓ При этом больший интерес к современным фильмам проявляют молодые люди 20-25 лет, студенты вузов, что подтверждает выявленный ранее запрос данной группы на истории о достижениях современников.

Наиболее эффективным форматом патриотического просвещения опрошенные считают **военные игры наподобие «Зарницы»** (31%). Практически с одинаковой (24-26%) частотой респонденты отмечали также короткие ролики с моментами из старых фильмов, создание квестов и квест-румов на тему ВОВ, VR-экскурсии по фронтовым маршрутам, подкасты-расследования о подвигах во время ВОВ, сборка и стрельба из военного и современного оружия, квизы и викторины о ВОВ, тематические подростковые игры на свежем воздухе.

При этом больший интерес к представленным форматам проявляют, прежде всего, молодые люди старше 18 лет, студенты вузов, тогда как подростки до 18 лет, школьники реже заявляют об эффективности всех представленных методов, в особенности различия проявляются в отношении VR-экскурсий, интерактивных подкастов, проведения викторин, дополненной реальности около памятников и в музеях. Также можно отметить, что подростки 16-17 лет, учащиеся ССУЗов чаще затрудняются с ответом на вопрос.

- ✓ Важны разнообразие и дифференцированный подход: для более младшего возраста, учащихся школ необходимо применять более подвижные и практико-ориентированные методы, тогда как для старшего возраста, учащихся вузов можно использовать и цифровые, более углубленные форматы (подкасты, викторины, VR-экскурсии).

1. Распространенность и характер патриотических настроений среди молодежи



1.1. Самооценка патриотизма

Диаг. 1.1.1. Считаете ли Вы себя патриотом?
в % от всех опрошенных

9% не считают себя патриотами, чаще это:

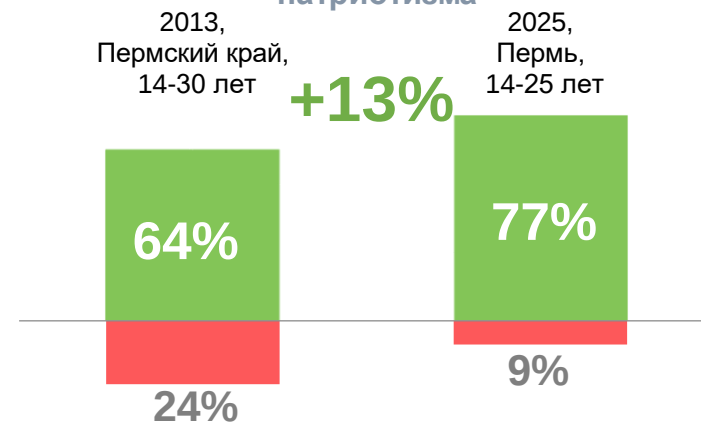
- Не имеющие знакомых-участников СВО – 15%
- Не участвующие в патриотических мероприятиях – 18%

77% считают себя патриотами, чаще это:

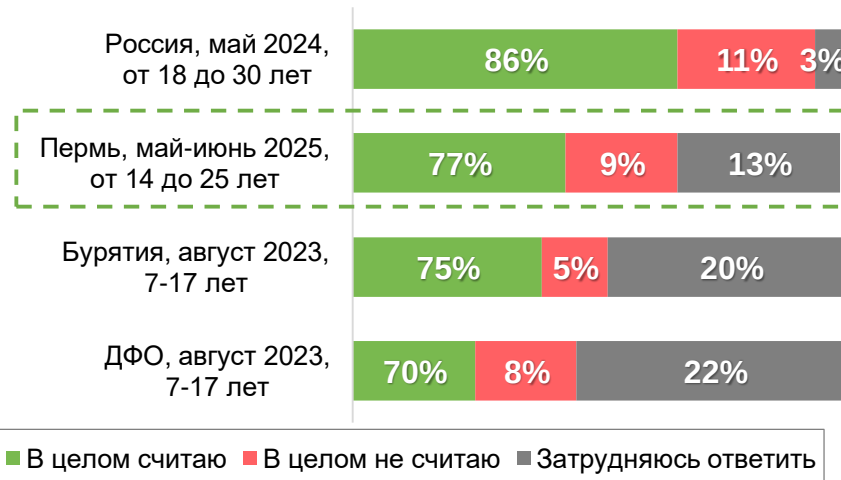
- Лица от 20 до 25 лет – 82%
- Имеющие знакомых-участников СВО – 84%
- Уважающие Россию – 82%
- Участвующие в патриотических мероприятиях – 85%
- Участвующие в патриотических объединениях – 18%



Диаг. 1.1.2. Динамика самооценки патриотизма

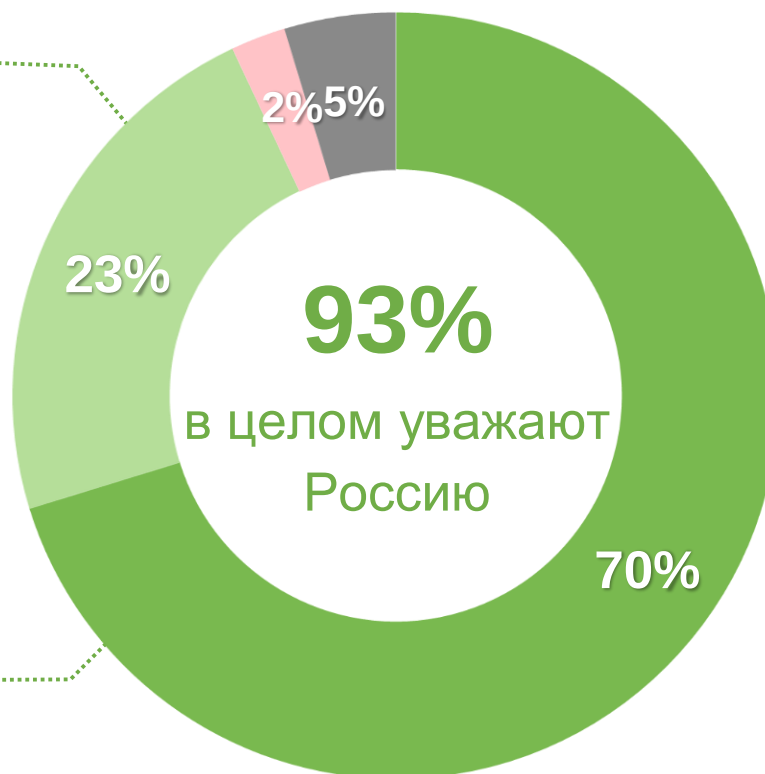


Диаг. 1.1.3. Самооценка патриотизма, сравнение



1.2. Уважение к России

Диаг. 1.2.1. Уважаете ли Вы Россию?
в % от всех опрошенных



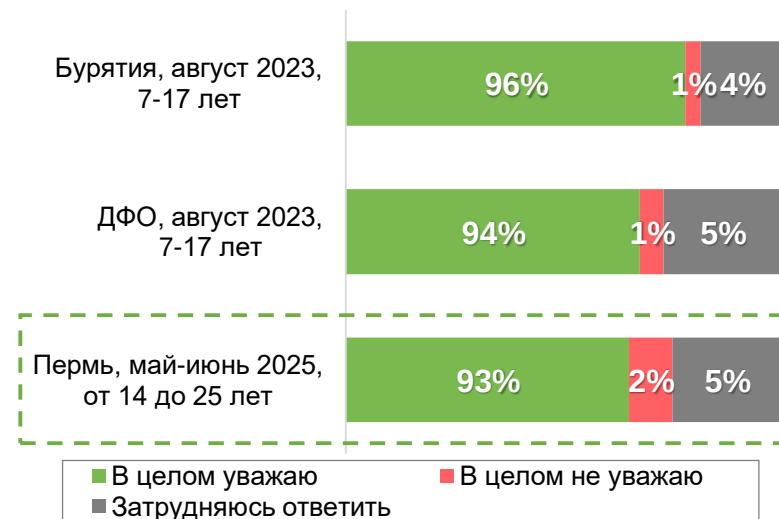
Чаще скорее уважают Россию:

- Лица от 20 до 25 лет – 27%
- Студенты вузов – 29%
- Не имеющие знакомых-участников СВО – 33%
- Не считающие себя патриотами – 46%
- Не участвующие в патриотических мероприятиях – 31%
- Не участвующие в патриотических объединениях – 29%

Чаще точно уважают Россию:

- Учащиеся ссузов – 77%
- Имеющие знакомых-участников СВО – 76%
- Считающие себя патриотами – 80%
- Участвующие в патриотических мероприятиях – 77%
- Участвующие в патриотических объединениях – 82%

Диаг. 1.2.2. Уважение к России,
сравнение

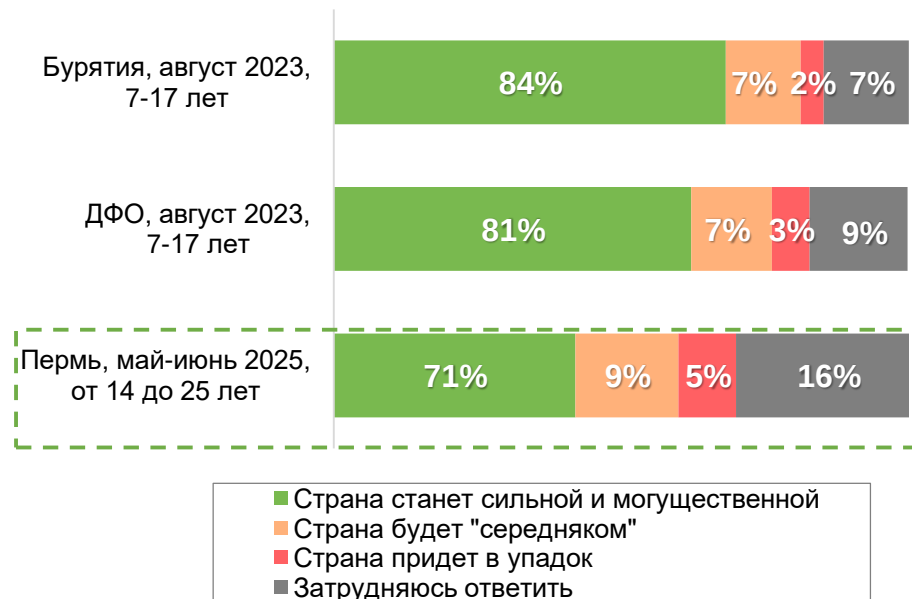


1.3. Представления о будущем России

Диаг. 1.3.1. Как Вы считаете, какое будущее у России?
в % от всех опрошенных

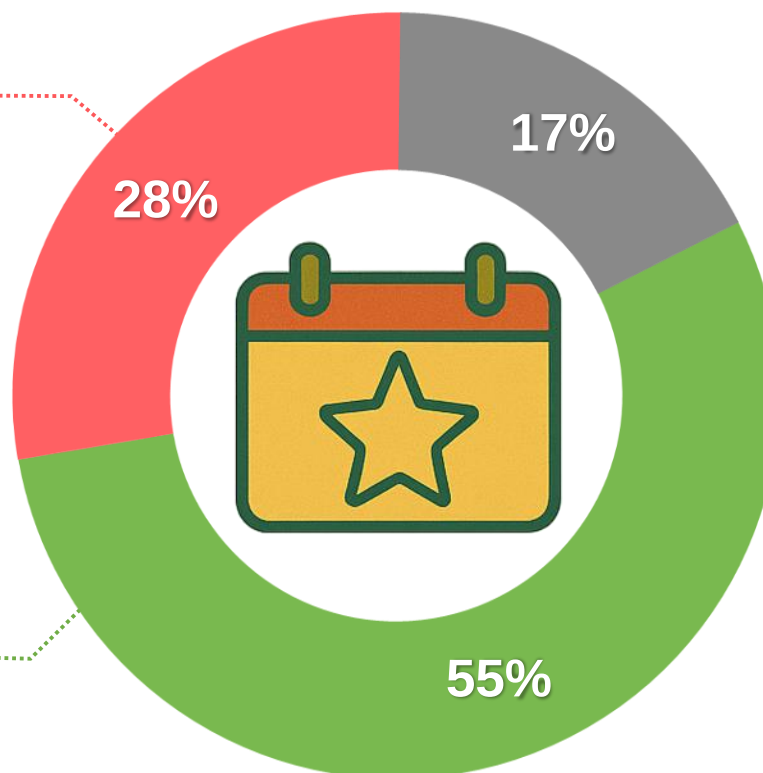
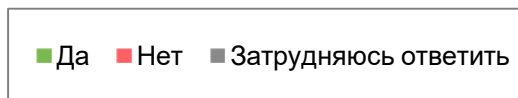


Диаг. 1.3.2. Представления о будущем России, сравнение



1.4. Опыт участия в патриотических мероприятиях

Диаг. 1.4.1. Участвовали ли Вы в каких-либо мероприятиях патриотической направленности?
в % от всех опрошенных



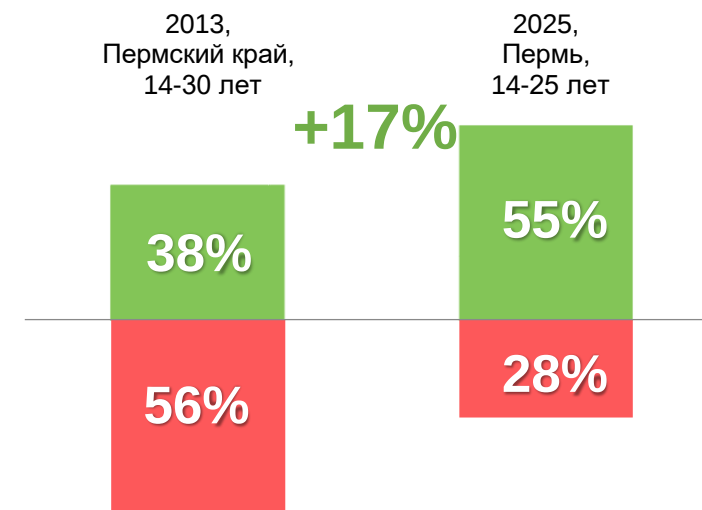
Чаще не участвовали в патриотических мероприятиях:

- Не имеющие знакомых-участников СВО – 43%
- Не считающие себя патриотами – 54%

Чаще участвовали в патриотических мероприятиях:

- Старшеклассники – 62%
- Имеющие знакомых-участников СВО – 64%
- Считающие себя патриотами – 60%
- Проживающие за пределами Перми – 68%

Диаг. 1.4.2. Динамика опыта участия в патриотических мероприятиях



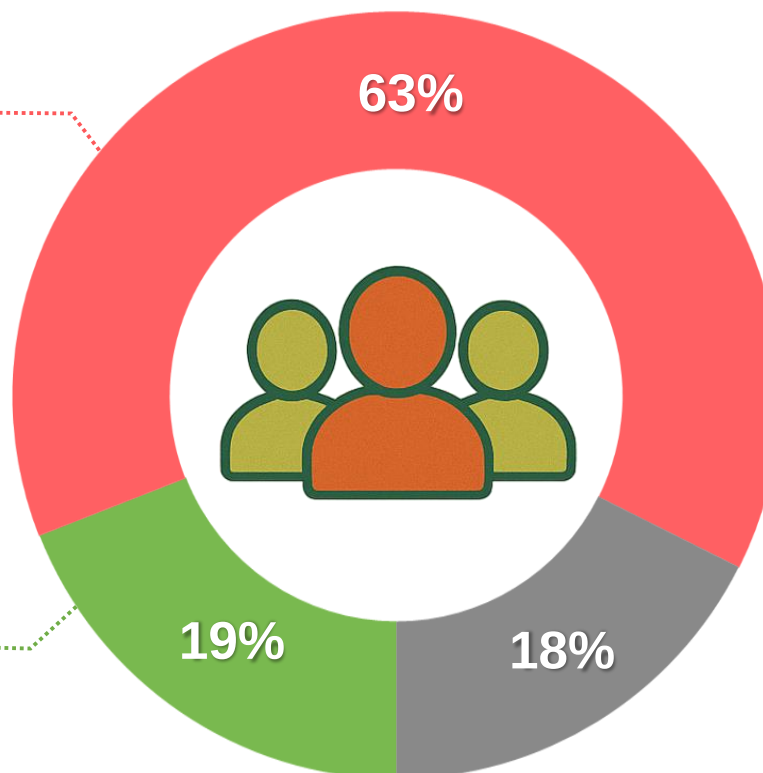


- Наиболее массовая группа связана с **празднованием Дня Победы**. Сюда входят Парад Победы, Бессмертный полк, концерты ко Дню Победы, возложение цветов на 9 мая, а также различные акции памяти – «Георгиевская ленточка», «Свеча Памяти», «Окна Победы».
- **Военно-спортивные мероприятия** – к данной группе относятся зарницы, смотры строя и песни, различные военно-спортивные соревнования, военно-патриотические сборы и деятельность «Юнармии».
- **Культурные и творческие мероприятия** включают в себя различные концерты, конкурсы чтецов и патриотических песен, фестивали и творческие выступления, «Вальс Победы».
- **Гражданская активность и волонтерство** – отмечалось участие в волонтерской деятельности и различных общественных акциях, помощь участникам СВО.
- **Образовательные мероприятия**, которые актуальны среди учащихся. В их числе назывались торжественные линейки к 80-летию Победы, классные часы, «Разговоры о важном», уроки мужества и встречи с ветеранами.

1.5. Опыт участия в патриотических объединениях

Диаг. 1.5.1. Участвуете ли Вы в работе общественных объединений, клубов, центров и т.д., ведущих работу патриотической направленности? Если да, то в каких?
в % от всех опрошенных

■ Да ■ Нет ■ Затрудняюсь ответить



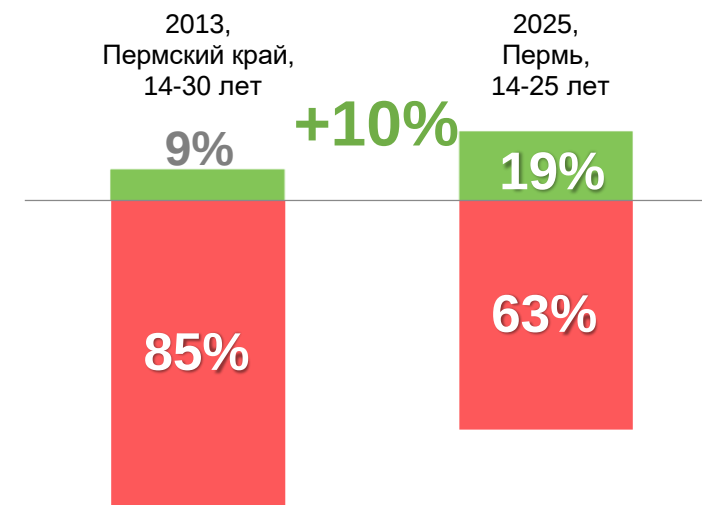
Чаще не участвовали в патриотических мероприятиях:

- Лица от 18 до 25 лет – 68-80%
- Студенты вузов – 81%
- Не имеющие знакомых-участников СВО – 73%
- Не считающие себя патриотами – 77%
- Проживающие в Перми – 67%

Чаще участвовали в патриотических объединениях:

- Лица от 14 до 15 лет – 29%
- Школьники – 27%
- Учащиеся средних классов – 28%
- Проживающие за пределами Перми – 37%

Диаг. 1.5.2. Динамика опыта участия в патриотических объединениях



1.5. Опыт участия в патриотических объединениях

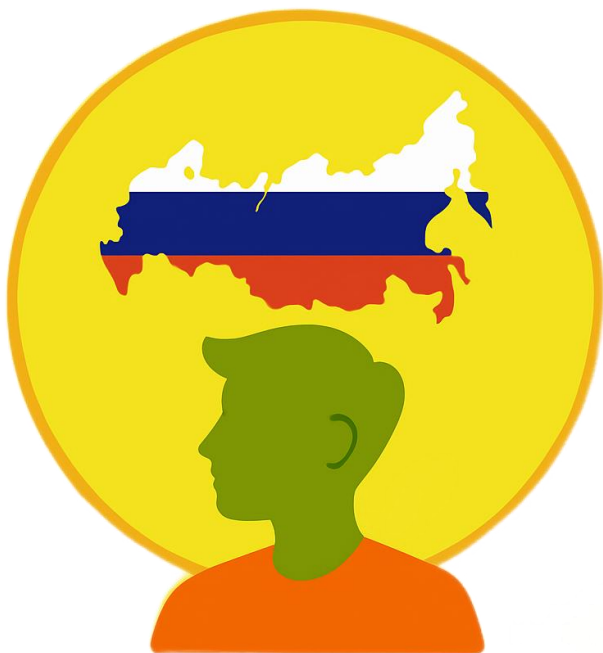


Рис. 1.5. В работе каких объединений патриотической направленности Вы участвовали?



Среди опрошенных, имеющих опыт участия в патриотических объединениях, чаще всего упоминалось «Движение Первых» (21 человек). На втором месте по популярности «Юнармейское движение» (10 человек). Еще по 4 респондента отметили опыт работы в студенческих отрядах и волонтерских организациях.

2. Образ России в глазах молодежи



2.1. Достоинства России

Диаг. 2.1.1. Что вызывает лично у Вас чувство гордости за нашу страну?, в % от всех опрошенных



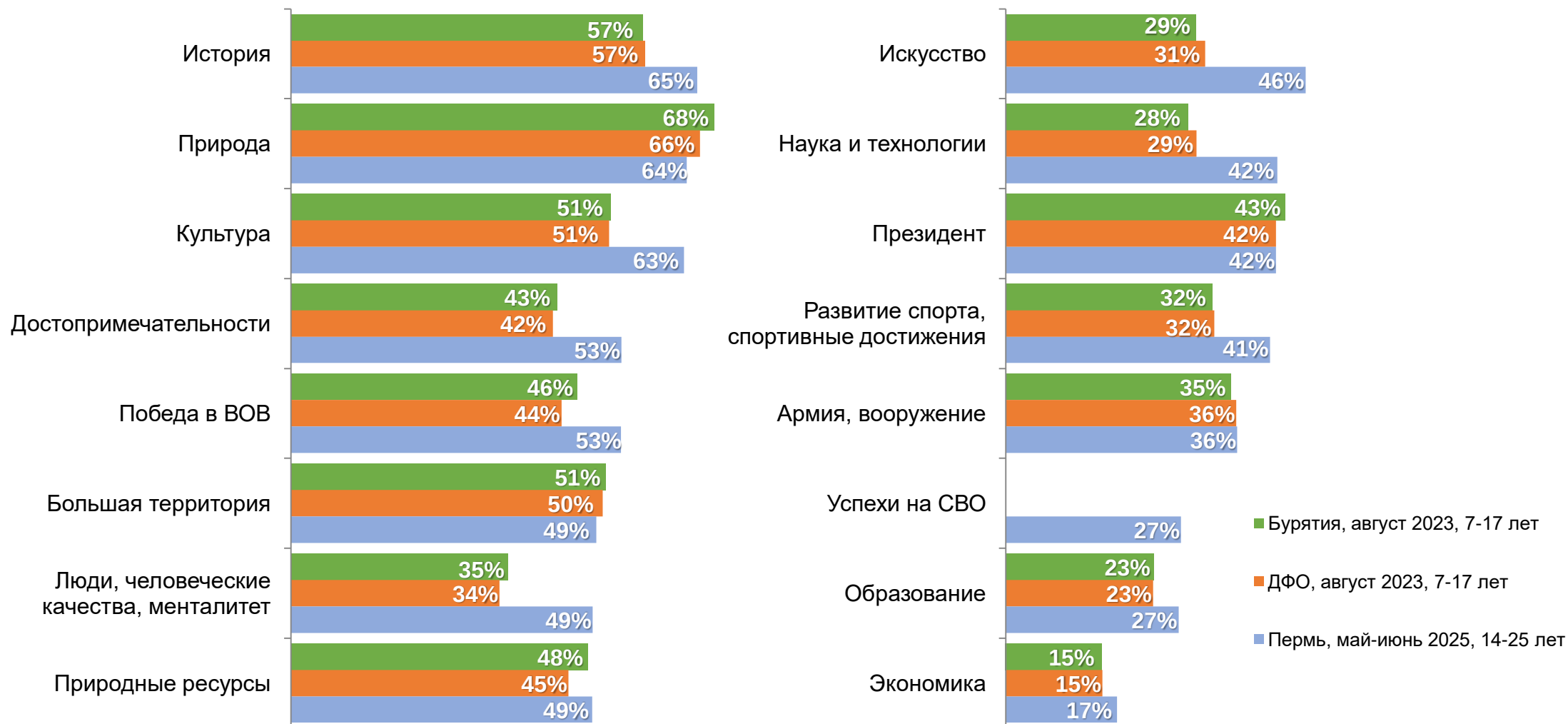
В числе достоинств России чаще всего называются история (65%), природа (64%) и культура (63%).

У большинства также чувство гордости вызывают достопримечательности и победа в ВОВ (по 53%).

Большинство представленных достоинств России чаще других отмечали лица 20-25 лет, студенты вузов и старшеклассники.

2.1. Достоинства России

Диаг. 2.1.2. Достоинства России, сравнение



2.2. Рейтинг ключевых патриотических ценностей

Для половины опрошенных ключевой патриотической ценностью является наше наследие (52%).



Диаг. 2.2.1. Что для Вас является ключевой базовой ценностью в понятии Родина?, в % от всех опрошенных

		Есть знакомые участники СВО	Нет знакомых участников СВО	Считают себя патриотами	Не считают себя патриотами
Наше наследие	52%	56%	47%	59%	27%
Семьи и дети	43%	48%	36%	50%	22%
Построение будущего России	40%	43%	35%	43%	33%
Возможности для реализации себя на Родине	36%	38%	34%	40%	27%
Развитие науки, изобретательства и поддержка умов	35%	37%	34%	38%	28%
Сильная власть, Президент, которые слышат, действуют и заботятся о народе	35%	38%	30%	40%	20%
Сильная Россия заботится о слабых, а сильным людям дает возможность развиваться	32%	35%	25%	35%	21%
Мощь промышленность и обеспеченность продуктами	27%	31%	22%	31%	13%
Дружба с сильными государствами	26%	28%	20%	28%	13%
Сила армия и обороноспособность страны	26%	30%	18%	30%	11%
Справедливый народ России, который прав и поэтому побеждает	25%	27%	19%	29%	13%
Другое	1%				
Затрудняюсь ответить	11%				

2.3. События в жизни страны, вызывающие гордость

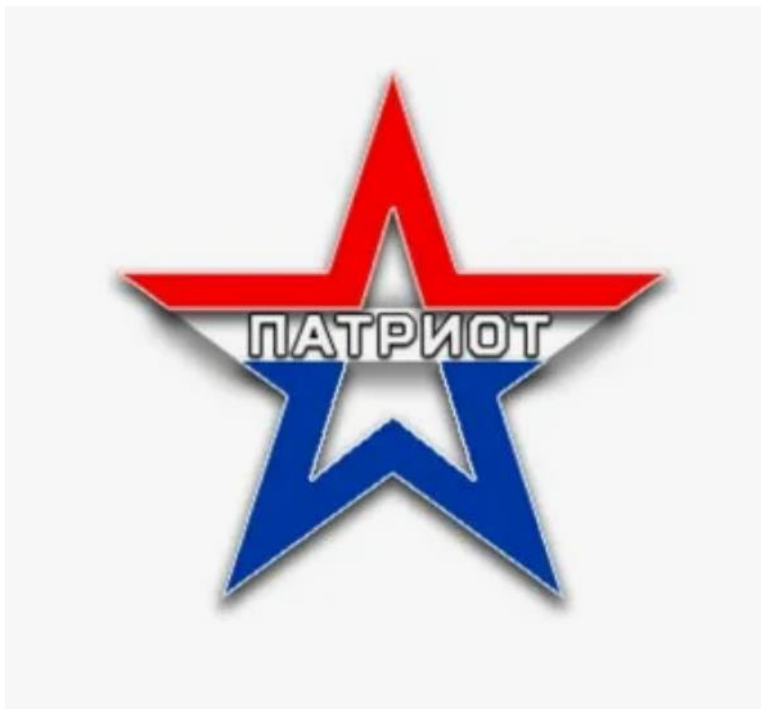
Диаг. 2.3.1. Были или нет в жизни страны за последние 10-15 лет такие события, которые вызывают у Вас чувство гордости?, в % от всех опрошенных



Для трети опрошенных Парад Победы и Бессмертный полк являются событиями, вызывающие чувство гордости (32%).

В тройку лидеров также входят спортивные достижения (26%) и Олимпиада в Сочи (19%).

3. Содержание понятия «патриотизм» в сознании молодёжи



3.1. Основные черты патриота

К основным чертам патриота чаще всего относятся:

- ✓ любить Родину – 85%
- ✓ знать и гордиться историей и культурой страны – 69%
- ✓ испытывать гордость за великие достижения страны – 68%

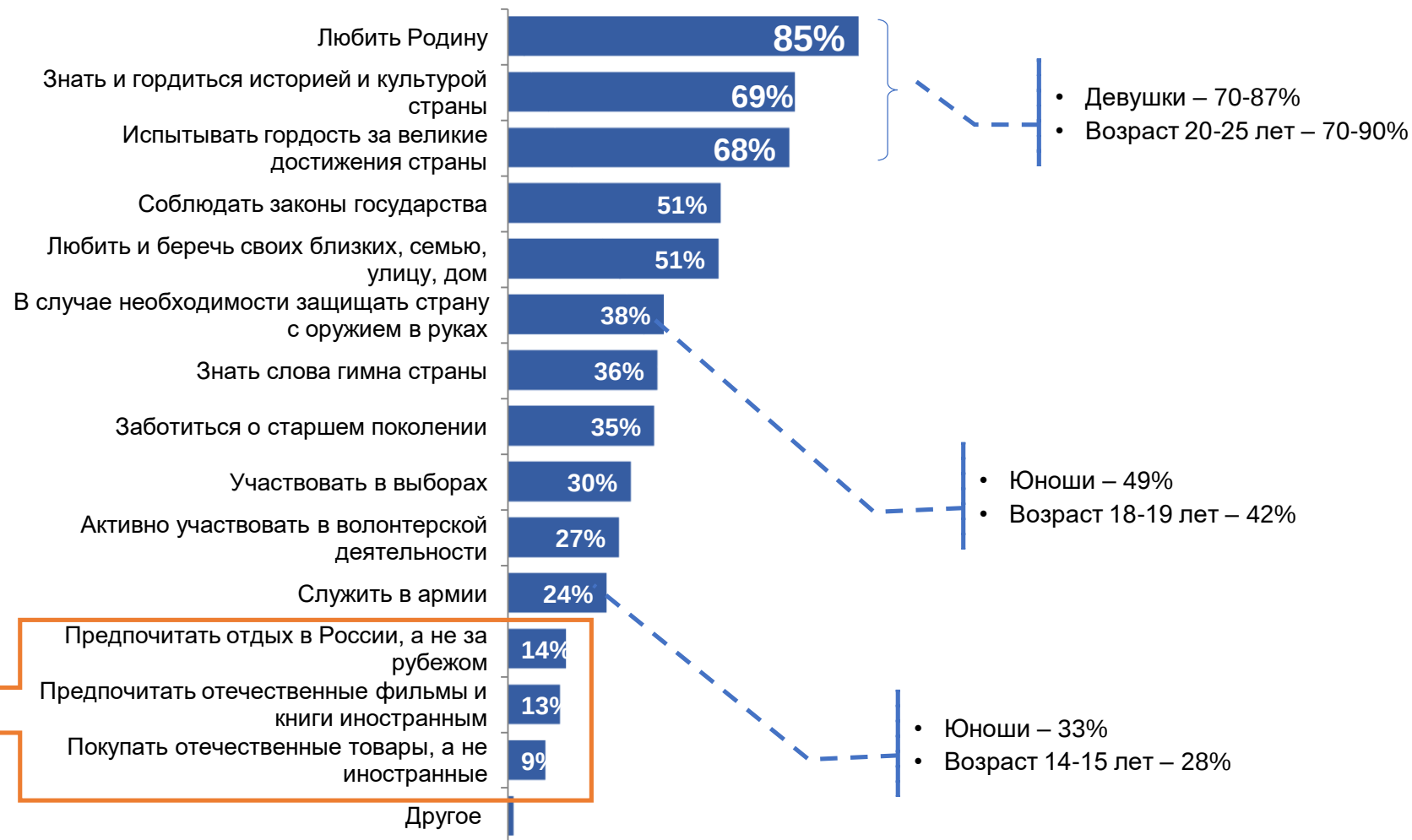
38% В случае необходимости защищать страну с оружием в руках



24% Служить в армии

Минимально к чертам патриота относятся **характеристики, связанные с потреблением, как материальным, так и культурным**

Диаг. 3.1.1. Что, по Вашему мнению, означает быть патриотом? в % от опрошенных



3.2. Отношение к России и приоритетность ее национальных интересов

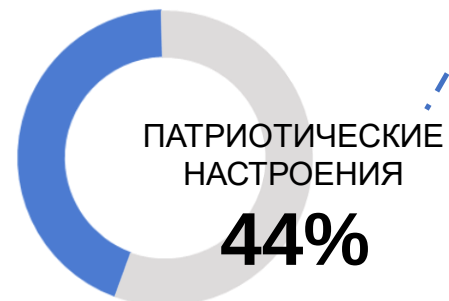
В отношении к России и приоритетности ее национальных интересов среди опрошенных преобладают патриотические установки.

При этом распространенными являются и идеи глобализма (37%)

Значимость национальных и личных интересов оценивается в равной мере (по 8%).

Доля респондентов, имеющих негативные в отношении России установки, минимальна и составляет 7%.

Диаг. 3.2.1. Какое из следующих утверждений наиболее точно отражает вашу точку зрения?
в % от опрошенных



- Юноши – 51%
- Возраст 14-15 лет – 59%
- Есть знакомые участники СВО – 52%
- Участвовали в патриотических объединениях

- Девушки – 42%
- Возраст 20-25 лет – 50%
- Не участвовали в патриотических объединениях – 47%

- Возраст 18-19 лет – 12%
- Нет знакомых участников СВО – 15%
- Не участвовали в патриотических объединениях – 47%

3.3. Авторитетные фигуры для молодых людей

Авторитетными фигурами для молодых людей являются прежде всего учителя, педагоги, наставники (44%), а также актеры и музыканты (41%).

КТО ЯВЛЯЕТСЯ ПРИМЕРОМ?



педагоги



актеры, музыканты



бизнесмены



ученые



военные

Диаг. 3.3.1. Кого Вы считаете примером для подражания? в % от опрошенных



3.3. Авторитетные фигуры для молодых людей

Диаг. 3.3.2. Авторитетные фигуры среди тех, кто считает и не считает себя патриотом



Для патриотов чаще авторитетами являются учителя, педагоги, наставники, предприниматели, ученые и исследователи, военнослужащие, участники СВО, общественные деятели и активисты, спортивные звезды, политики, государственные деятели.

Для не патриотов авторитетны в большей степени актеры и музыканты, популярные блогеры

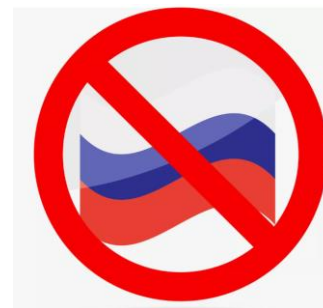
3.3. Авторитетные фигуры для молодых людей

Диаг. 3.3.3. Авторитетные фигуры для молодежи с учетом отношения к России и приоритетности ее национальных интересов, в % по группам



Авторитетные фигуры для имеющих патриотические установки

- Военнослужащие, участники СВО
- Спортивные звезды (футболисты, хоккеисты, фигуристы)



Авторитетные фигуры среди респондентов с негативным отношением к России

- Актеры, музыканты
- Популярные блогеры
- Журналисты, телеведущие

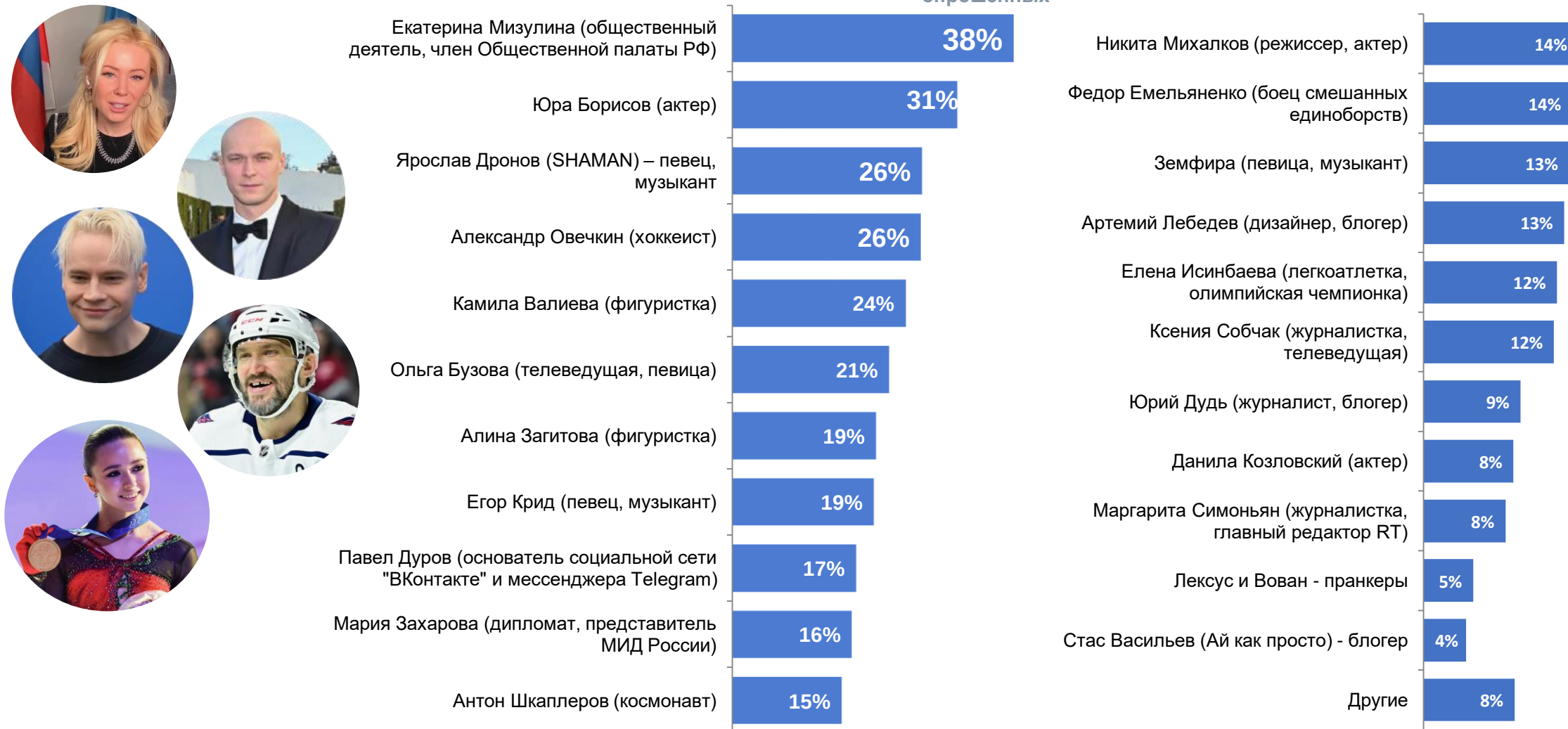


Авторитетные фигуры среди тех, кто разделяет идеи глобализма и индивидуализма

- Учителя, педагоги, наставники
- Ученые и исследователи
- Общественные деятели и активисты

3.4. ЛОМЫ-патриоты

Диаг. 3.4.1. Кого из этих личностей Вы считаете патриотами России? в % от опрошенных



3.5. Отношение к военнослужащим

70% опрошенных проявляют положительное отношение к военнослужащим:

45% считают их героями, 25% - уважают их за выполнение своего долга.

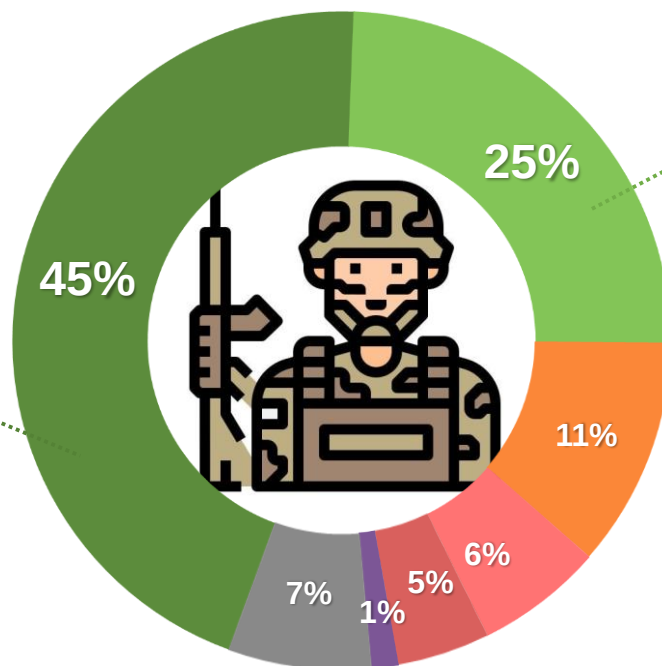
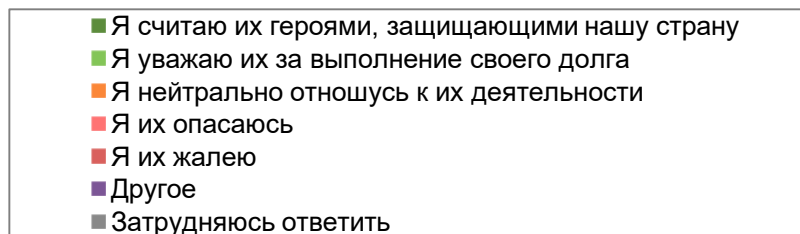
У 5% опрошенных военнослужащие, участники военных операций вызывают чувство жалости.

Опасаются военнослужащих 6% опрошенных представителей молодежи.

Считают военнослужащих героями, защищающими страну:

- Возраст 14-15 лет – 58%
- Школьники – 54%
- Учащиеся средних классов - 57%
- Имеющие близких, знакомых на СВО – 50%
- Участвовали в патриотических объединениях – 61%
- Считают себя патриотами – 51%

Диаг. 3.5.1. Как Вы относитесь к людям, которые служат в армии и участвуют в военных операциях, в % от всех опрошенных



Уважают военнослужащих за выполнение своего долга:

- Юноши – 28%
- Возраст 20-25 лет - 31%
- Учащиеся старших классов – 30%

4. Патриотизм в СМИ



4.1. Патриотизм и СМИ

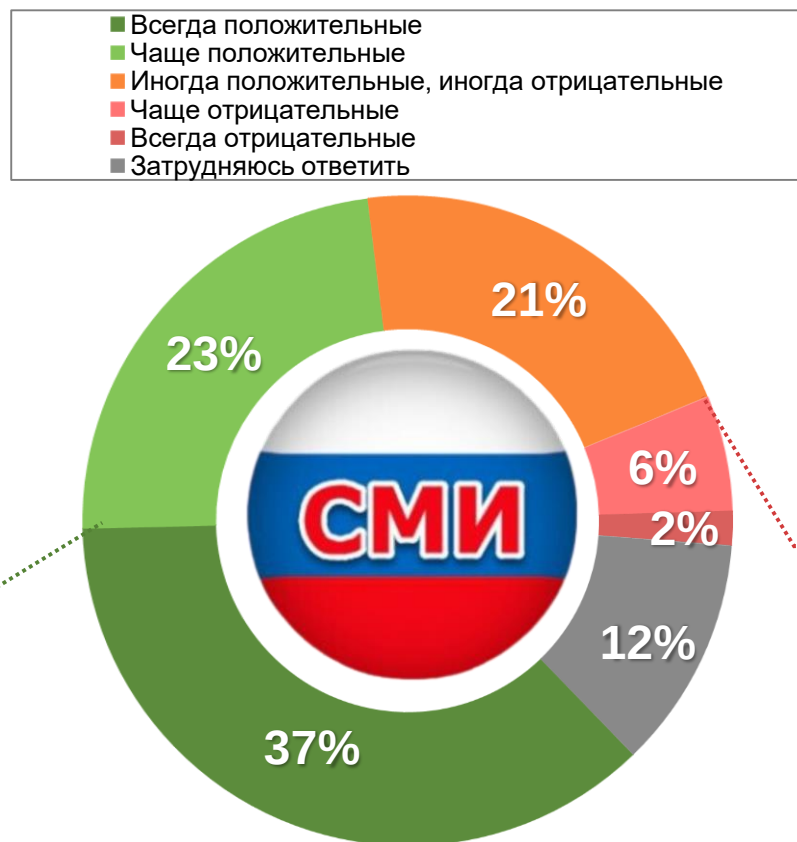
У большинства опрошенных представителей молодежи (60%) «патриотизм» в СМИ вызывает положительные чувства.

Доля тех, кто придерживается противоположной позиции в 2 раза меньше (29%).

60% «Патриотизм» в СМИ вызывает в целом положительные чувства :

- Возраст 16-17 лет – 64%
- Учащиеся ССУЗов – 67%
- Имеющие близких, знакомых на СВО – 66%
- Участвовали в патриотических объединениях – 69%
- Считают себя патриотами – 70%

Диаг. 4.1.1. Какие чувства, эмоции вызывает у Вас слово «патриотизм», когда Вы слышите его в средствах массовой информации?, в % от всех опрошенных



29% «Патриотизм» в СМИ вызывает в целом отрицательные чувства:

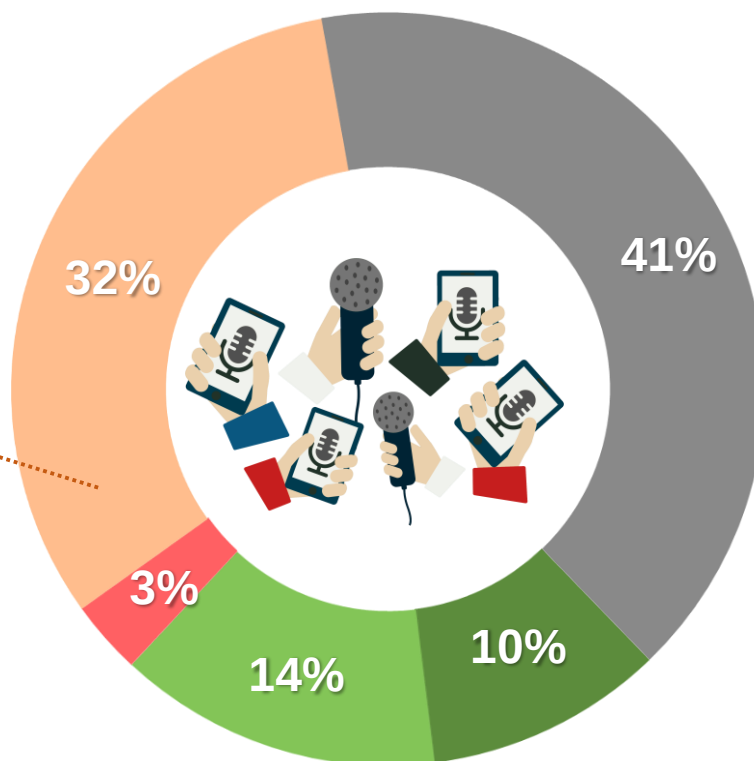
- Возраст 20-25 лет - 43%
- Студенты – 44%
- Нет близких, знакомых на СВО – 38%
- Не участвовали в патриотических объединениях – 36%
- Не считают себя патриотами – 69%

4.2 Отношение к СМИ, признанному иноагентом

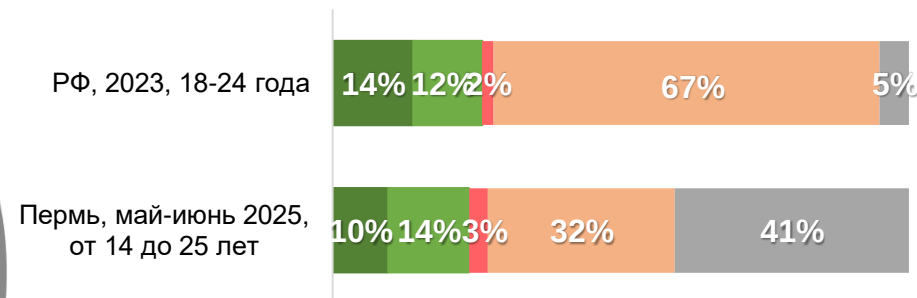
Диаг. 4.2.1. Как факт признания иноагентом повлияет на Ваше отношение к СМИ, которое вы читаете/слушаете/смотрите?, в % от всех опрошенных

Признание СМИ иноагентом ограничительный эффект имеет для четверти опрошенных представителей молодежи (24%)

- Возраст 20-25 лет – 44%
- Не считают себя патриотами - 45%



Диаг. 4.2.2. Отношение к СМИ, признанному иноагентом, сравнение с данными ВЦИОМ



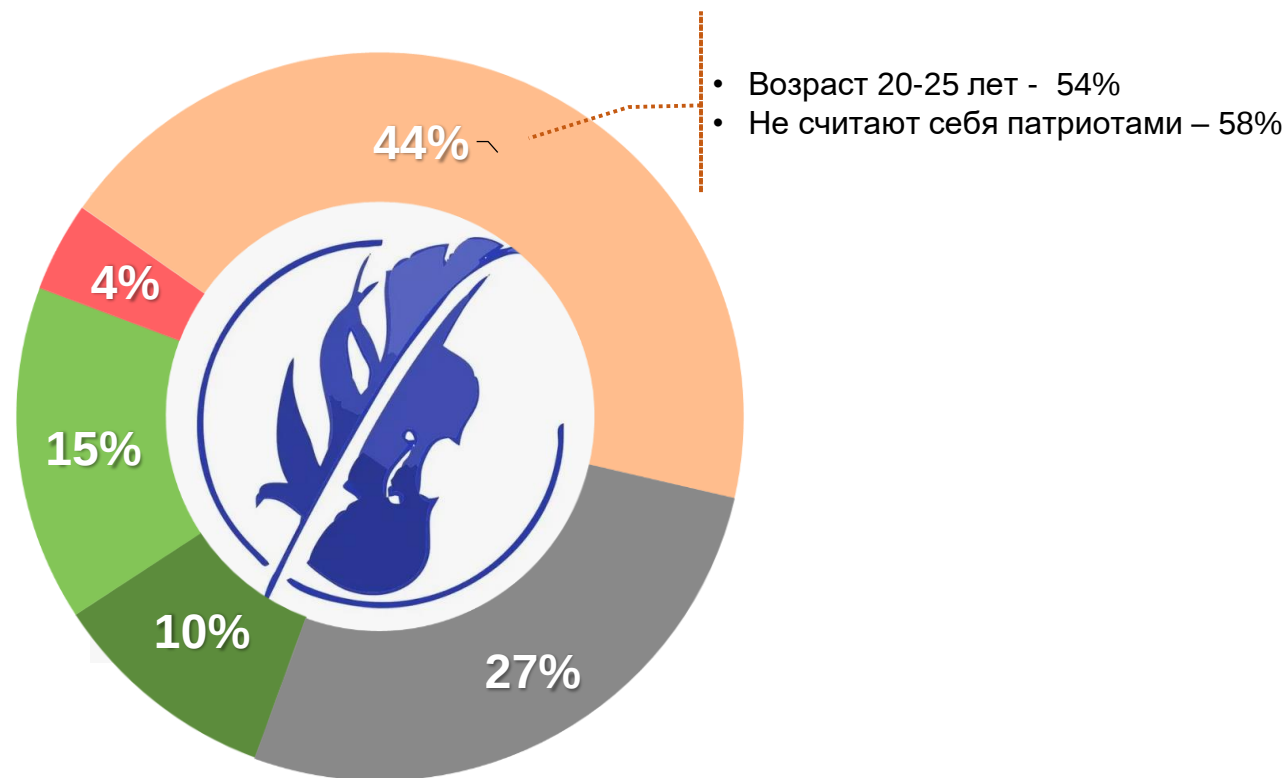
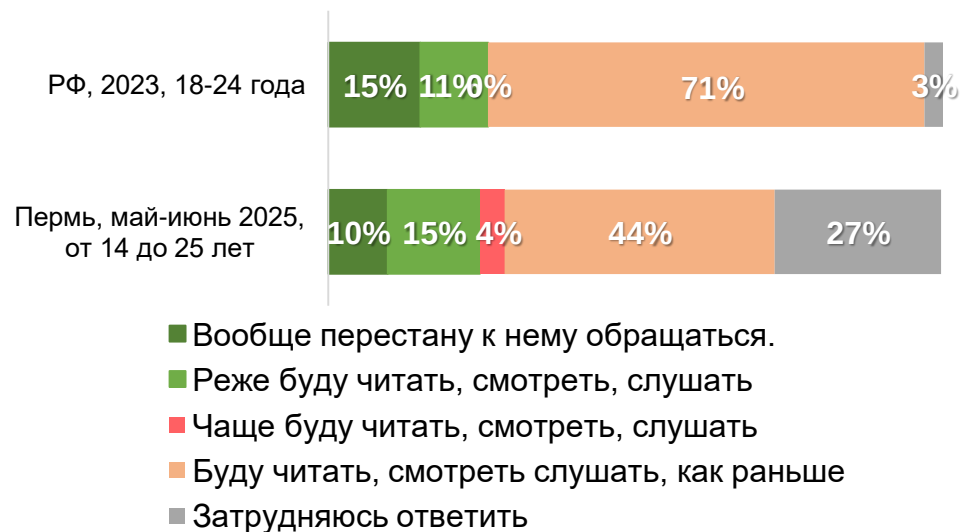
- Вообще перестану к нему обращаться.
- Реже буду читать, смотреть, слушать
- Чаще буду читать, смотреть, слушать
- Буду читать, смотреть, слушать, как раньше
- Затрудняюсь ответить

4.3. Отношение к публичному лицу, признанному иноагентом

Признание любимого певца, писателя или актёра иноагентом ограничительный эффект имеет для четверти опрошенных представителей молодёжи (25%)

Диаг. 4.3.1. Как факт признания иноагентом повлияет на Ваше отношение к любимому певцу, писателю или актеру?, в % от всех опрошенных

Диаг. 4.3.2. Отношение к публичному лицу, признанному иноагентом, сравнение с данными ВЦИОМ



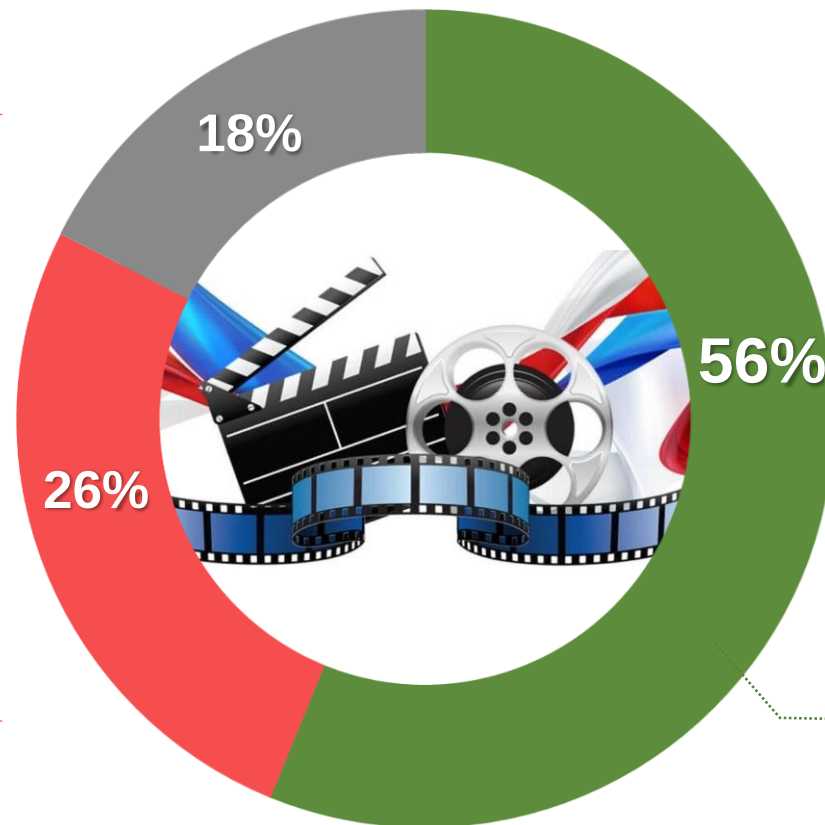
5. Патриотический контент в восприятии молодёжи



5.1. Опыт просмотра кинофильмов и патриотизм

Диаг. 5.1. Смотрели ли Вы за последний год какие-либо фильмы, которые вызвали у Вас чувство гордости за страну, любви к Родине?, в % от всех опрошенных

■ Да ■ Нет ■ Затрудняюсь ответить



У 44% молодых людей не возникало чувства гордости за страну при просмотре фильмов

- Молодые люди 20-25 лет - 48%
- Студенты – 48%
- Не считают себя патриотами - 69%
- Не участвовали в патриотических мероприятиях – 65%
- Не участвовали в патриотических объединениях – 52%

Среди фильмов, вызывающих любовь к Родине, чаще всего называли советские и современные фильмы о Великой Отечественной войне: «Т-34», «Солдатик», «В списках не значился», «А зори здесь тихие». Существенно реже называли фильмы, не связанные с военной тематикой - «Вызов», «Движение вверх», «Пророк: история Александра Пушкина».



- Ребята 14-15 лет -61%
- Школьники – 60%
- Считают себя патриотами -63%
- Участники патриотических мероприятий – 70%
- Участники патриотических объединений – 80%

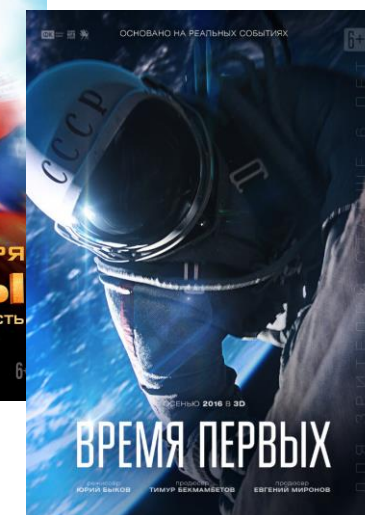
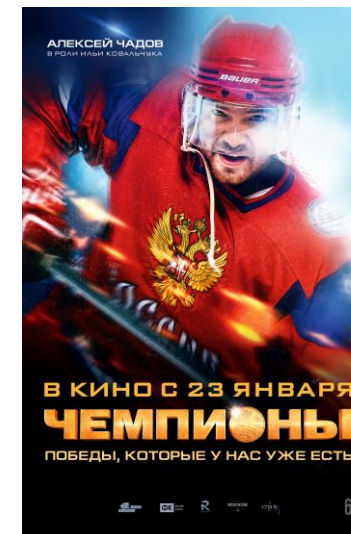
5.2. Фильмы, вызывающие патриотические чувства

Диаг. 5.2. Какие фильмы вызывают у вас гордость за свою страну?, в % от всех опрошенных

		14-15 лет	16-17 лет	18-19 лет	20-25 лет
Советские фильмы о Великой Отечественной войне («В бой идут одни старики», «А зори здесь тихие»)	44%	38%	38%	48%	54%
Современные фильмы о Великой Отечественной войне («Т-34», «Сталинград», «Ржев», «Подольские курсанты»)	37%	34%	34%	43%	38%
Фильмы об авиации и космосе («Экипаж», «Вызов», «Время Первых», «Салют-7»)	30%	25%	26%	33%	35%
Фильмы о спортивных победах, спортсменах («Движение вверх», «Легенда №17», «Роднина», «Удар, ещё удар»)	29%	19%	23%	33%	40%
Сказки, фэнтези («Последний Богатырь», «Бременские музыканты», «Чебурашка», «Летучий корабль»)	25%				
Исторические и биографические фильмы («Александр Невский», «Минин и Пожарский», «Андрей Рублёв»)	22%				
Экранизация классических литературных произведений («Война и мир», «Тарас Бульба. Запорожская сечь»)	21%				
Фильмы о природе и животных («Огненный Лис», «Пальма»)	15%				
Фильмы об армии и военных («72 метра», «В зоне особого внимания»)	11%				
Исторические боевики («Адмиралъ», «Балканский рубеж»)	9%				
Фильмы о событиях на Донбассе и СВО («Позывной Пассажир», «Резервисты», «20/22»)	9%				
Приключенческие фильмы о географических открытиях («Пропавшая экспедиция», «Земля Санникова»)	8%				
Другое	3%				
Затрудняюсь ответить	17%				

Прежде всего вызывают гордость за страну фильмы о Великой Отечественной войне: советские (44%) и современные (37%), а также кино о космосе и спорте (29-30%).

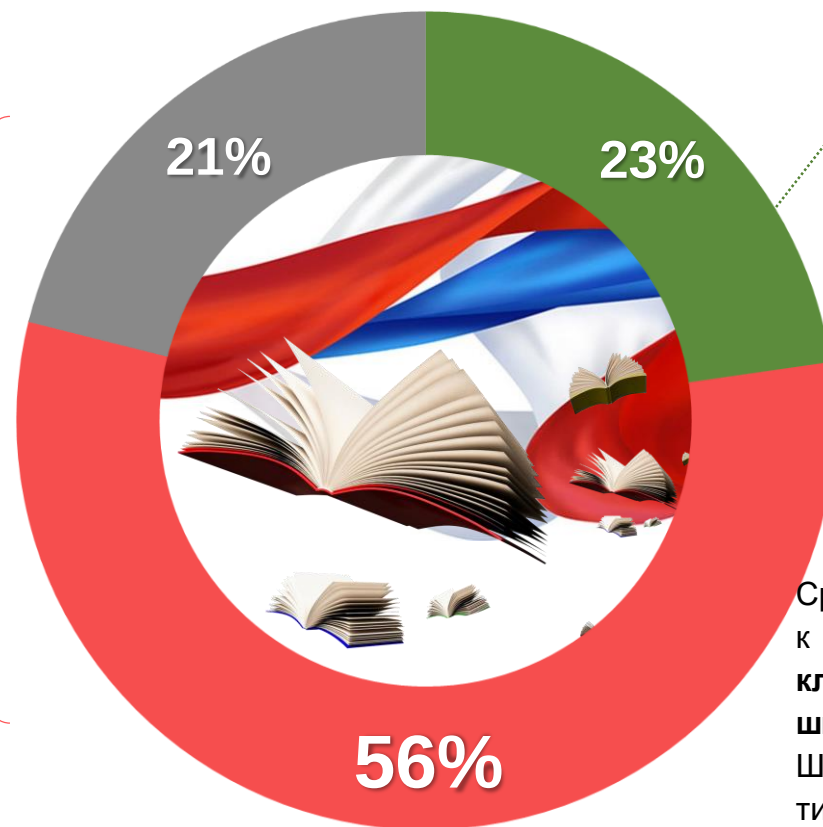
Чем старше, тем чаще говорили молодые люди о том, что испытывают гордость за страну при просмотре отечественных фильмов.



5.3 Опыт чтения книг и патриотизм

Диаг. 5.3. Читали ли Вы за последний год какие-либо книги, которые вызвали у Вас чувство гордости за страну, любви к Родине?, в % от всех опрошенных

■ Да ■ Нет ■ Затрудняюсь ответить



77% молодых людей не испытывали чувства гордости за страну при чтении книг

- Молодые люди 20-25 лет - 86%
- Студенты – 86%
- Не считают себя патриотами - 84%
- Не участвовали в патриотических мероприятиях – 85%
- Не участвовали в патриотических объединениях – 84%

- Ребята 16-17 лет - 28%
- Школьники – 30%
- Участники патриотических мероприятий – 29%
- Участники патриотических объединений – 45%

Весь шар земной
Тихий Дон
Чемодан
Василий Теркин
Молодая гвардия
Судьба человека
Повесть о настоящем человеке
А зори здесь тихие
Преступление и наказание
Сын полка
Мертвые души
Война и мир
Герой нашего времени
В списках не значился
Евгений Онегин

Среди прочитанных произведений, вызывающих любовь к Родине, опрошенные зачастую отмечали **классическую литературу и книги, включённые в школьную программу**: Л. Толстой «Война и мир», М. Шолохов «Судьба человека», Б. Васильев «А зори здесь тихие», Б. Полевой «Повесть о настоящем человеке».

5.4 Книги, вызывающие патриотические чувства

Диаг. 5.4. Какие литературные произведения вызывают у вас гордость за свою страну?, в % от всех опрошенных

		14-15 лет	16-17 лет	18-19 лет	20-25 лет
Классическая русская литература («Герой нашего времени», «Война и мир»)	46%	35%	43%	49%	56%
Военная проза («Батальоны просят огня», «А зори здесь тихие»)	29%	25%	26%	31%	33%
Произведения о подвиге и героизме детей, молодых людей на войне («Сын полка», ...)	25%	19%	24%	26%	30%
Историческая проза («Петр I», «Русь Великая», «Белая гвардия», «Тихий Дон»)	23%	21%	24%	23%	25%
Приключенческая литература («Кортик», «Тимур и его команда», «Два Капитана»)	19%	13%	25%	19%	19%
Фольклор и мифология (былины, эпосы летописи, сказки)	18%				
Литература о природе (Пришвин М., Паустовский К., Арсеньев В.)	15%				
Фантастика (Стругацкие, Булычев К.)	13%				
Философская и социальная проза (Айтматов Ч. «И дольше века длится день», Распутин В....)	10%				
Краеведческая литература (Арсеньев В. «Дерсу Узала»)	5%				
Другое	1%				
Затрудняюсь ответить	25%				

Прежде всего вызывают гордость за страну классическая русская литература (46%).

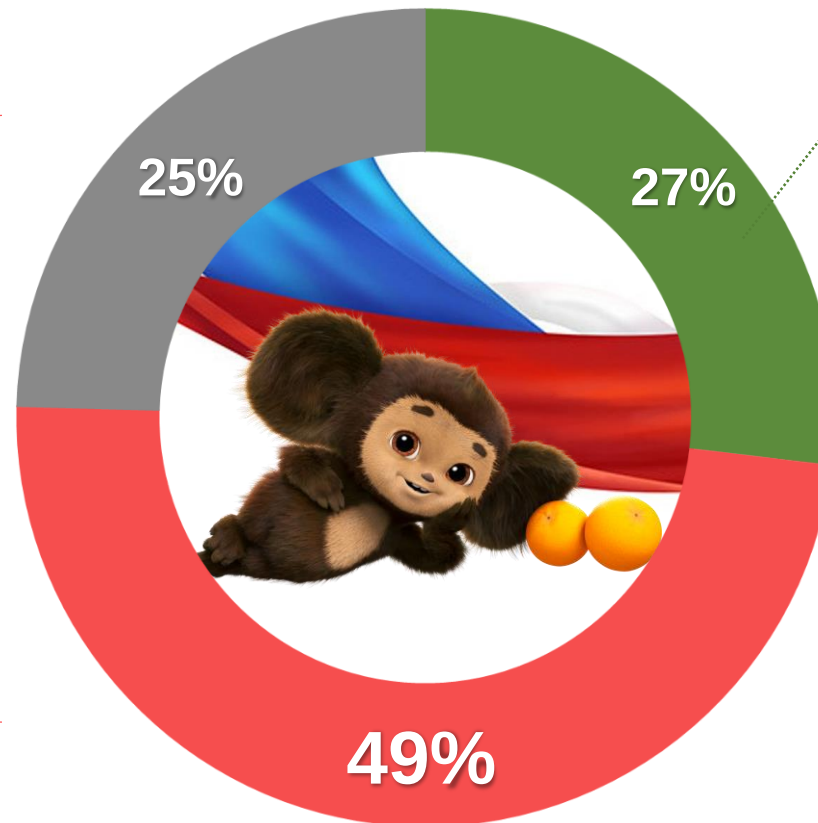
Молодые люди старше 18 лет чаще называли классику, а ребята 16-17 лет – приключенческую литературу.



5.5. Опыт просмотра мультфильмов и патриотизм

Диаг. 5.5. Смотрели ли Вы за последний год какие-либо мультипликационные фильмы, которые вызвали у Вас чувство гордости за страну, любви к Родине?, в % от всех опрошенных

■ Да ■ Нет ■ Затрудняюсь ответить



73% молодых людей не испытывали чувства гордости за страну при просмотре мультфильмов

- Молодые люди 20-25 лет - 85%
- Студенты – 83%
- Не считают себя патриотами - 84%
- Не участвовали в патриотических мероприятиях – 83%
- Не участвовали в патриотических объединениях – 79%

- Ребята 14-15 лет - 36%
- Школьники – 34%
- Участники патриотических мероприятий – 33%
- Участники патриотических объединений – 45%

Маша и медведь
Князь Владимир
Лунтик
Иван Царевич и Серый волк
Крепость: щитом и мечом
Карлик Нос
Три богатыря
Смешарики
Садко
Чебурашка
Белка и Стрелка

Опрошенные, отмечавшие, что смотрели мультфильмы, вызывающие чувство любви к Родине, зачастую затруднялись назвать конкретные произведения. Чаще остальных называли «Три богатыря» и «Чебурашка».

5.6. Мультфильмы, вызывающие интерес и патриотические чувства

Диаг. 5.6. Какие из следующих мультипликационных фильмов вызывают у вас патриотические чувства, а какие из них для Вас интересны, вызывают желание посмотреть?, в % от всех опрошенных



Чаще вызывают патриотические чувства мультфильмы Три богатыря (63%) и Князь Владимир (52%).

При этом мультики, в отношении которых наблюдается наибольший интерес (60-67%), вызывают патриотические чувства максимум у четверти опрошенных.

Мультфильмом, который хочется посмотреть (58%) и который одновременно пробуждает гордость за страну (43%), является «Белка и стрелка».

5.7. Музыка, вызывающая патриотические чувства

Диаг. 5.7. Какая музыка, песни вызывают у вас гордость за свою страну?, в % от всех опрошенных

		14-15 лет	16-17 лет	18-19 лет	20-25 лет
Песни о Великой Отечественной войне («Катюша», «Эх дороги», «Темная ночь», «Казаки в Берлине»)	49%	45%	46%	52%	53%
Патриотические песни-гимны (Гимн России, «Священная война», «День Победы»)	40%	40%	38%	40%	43%
Русские народные песни («Калинка», «Во поле берёза стояла», «Ой мороз, мороз»)	35%	26%	32%	40%	41%
Песни о природе и просторах («От Волги до Енисея», «Конь» - Любэ, «Гляжу в озёра синие»,...	33%	25%	29%	34%	46%
Современные патриотические треки («Встанем», «Я русский» - Шаман, «Матушка» - Татьяна...	29%	25%	33%	30%	24%
Классическая музыка русских композиторов (Чайковский, Мусоргский, Прокофьев)	25%	17%	19%	29%	36%
Современные рэп и рок-песни о России («Там, где нас нет», «Россия» - Баста, «Россиянцы и...	24%	21%	21%	28%	26%
Спортивные гимны, песни о спортивных победах («Команда молодости нашей», «Трус не играет в...	20%				
Военные марши («Прощание славянки», Марш Преображенского полка, Марш Печерского полка,...	19%				
Советские песни о Родине («Широка страна моя родная», «Надежда»)	19%				
Духовная и казачья музыка («Вечерний звон», казачьи песни – «Любо, братцы, любо», «Чёрный...	17%				
Другое	1%				
Затрудняюсь ответить	15%				



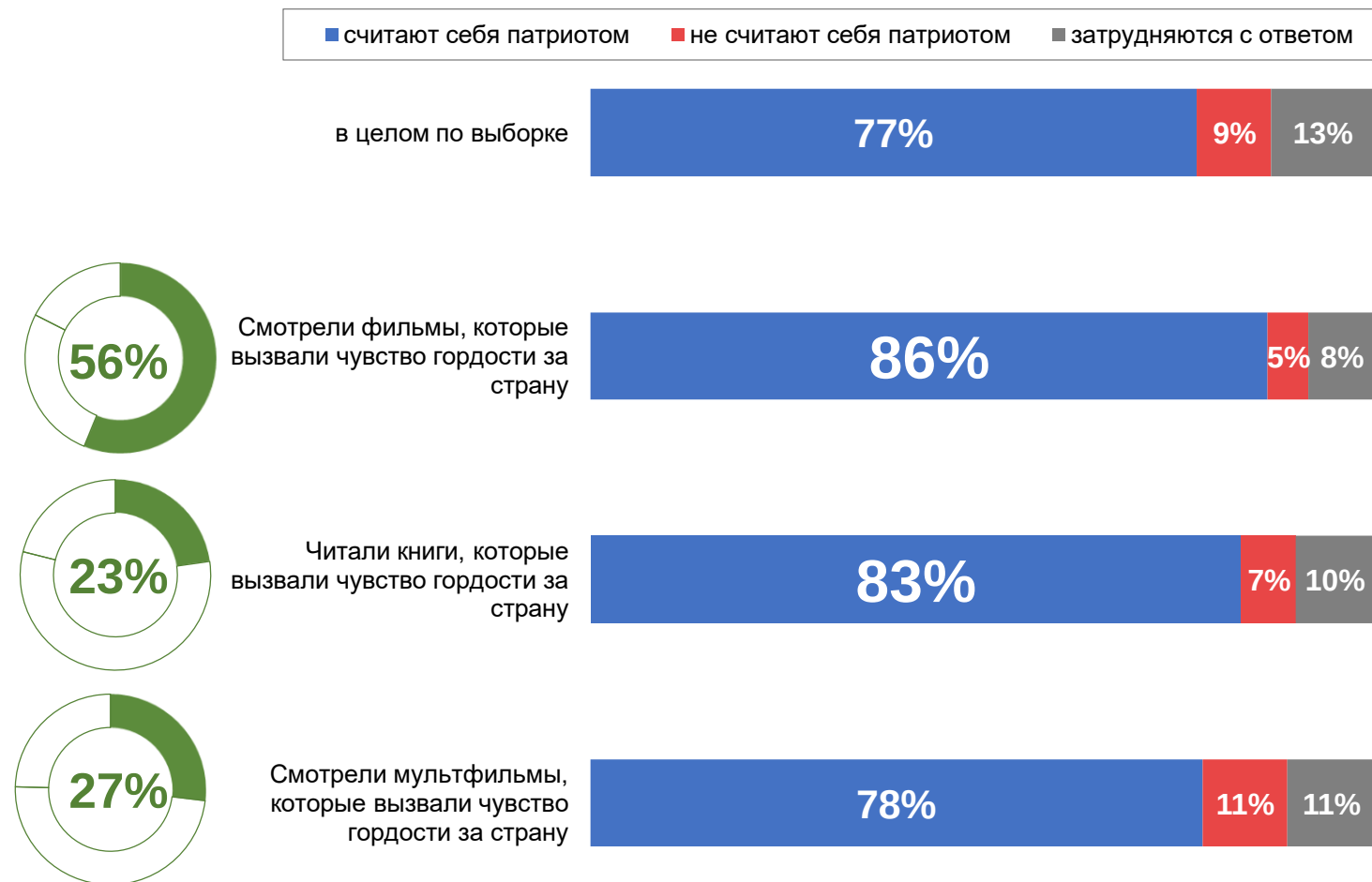
Прежде всего в числе патриотической музыки назывались песни о Великой Отечественной войне (49%).

Несколько реже упоминались песни-гимны, в число которых также входит ряд песен, связанных с военной тематикой.

Молодые люди 16-17 лет чаще называли современные патриотические треки, а старше 18 лет – песни о ВОВ, русские народные песни. Также респонденты 18-19 лет чаще упоминали рок и рэп композиции о России, а более старшие – песни о природе и классическую музыку.

5.8. Связь патриотического контента и патриотизма

Диаг. 5.7. Самооценка патриотизма среди аудитории патриотического контента



Молодые люди, которые за последний год смотрели фильмы и читали книги, вызвавшие у них патриотические чувства, чаще считают себя патриотами России (83-86%).

При этом в отношении мультфильмов такая зависимость не наблюдается, возможно этот контент имеет влияние прежде всего на более младших детей и подростков.

5.9. Топ-3 патриотического контента

Наибольшая доля патриотов наблюдается среди респондентов, назвавших, что у них вызывают гордость за страну:



КИНО

- 1 Исторические боевики («Адмиралъ», «Балканский рубеж»)
- 2 Фильмы об армии и военных («72 метра», «В зоне особого внимания»)
- 3 Современные фильмы о Великой Отечественной войне («Т-34» «Сталинград», «Ржев», «Подольские курсанты», «Праведник»)

ЛИТЕРАТУРА



- 1 Фольклор и мифология (былины, эпосы летописи, сказки, Бажов П. «Уральские сказы», Иванов А. «Сердце Пармы»)
- 2 Историческая проза (Толстой А. «Петр I», Иванов В. «Русь Великая», Булгаков М. «Белая гвардия», Шолохов М. «Тихий Дон»)
- 3 Военная проза и произведения о подвиге и героизме детей, подростков, молодых людей на войне (Бондарев Ю. «Батальоны просят огня», Васильев Б. «В списках не значился», Катаев В. «Сын полка»)



МУЛЬТФИЛЬМЫ

- 1 Исторические мультфильмы («Князь Владимир»)
- 2 Мультфильмы по мотивам народных сказок и былин («Про Федота-Стрельца, удалого молодца», «Три богатыря», «Садко», «Иван-Царевич и серый волк»)
- 3 «Белка и Стрелка. Лунные приключения»

МУЗЫКА



- 1 Духовная и казачья музыка («Вечерний звон», казачьи песни – «Любо, братцы, любо», «Чёрный ворон»)
- 2 Патриотические песни-гимны (Гимн России, «Священная война», «День Победы»)
- 3 Советские песни о Родине («Широка страна моя родная», «Надежда»)

6. Востребованные направления патриотического контента



6.1. Тематика произведений культуры и искусства, вызывающая интерес

Больше всего опрошенная молодежь интересуется историями о дружбе, взаимопомощи (46%) и приключениями, путешествиями (41%).

Для трети молодых людей интересны темы преодоления трудностей, личном росте и фантастических миров. Все первые 4 направления чаще отмечали респонденты 20-25 лет, особенно – истории о личном росте (49%). Остальные направления чуть менее интересны молодёжи.

Диаг. 6.1. Какие из следующих тем в книгах, фильмах вызывают у вас наибольший интерес и симпатию?
в % от всех опрошенных

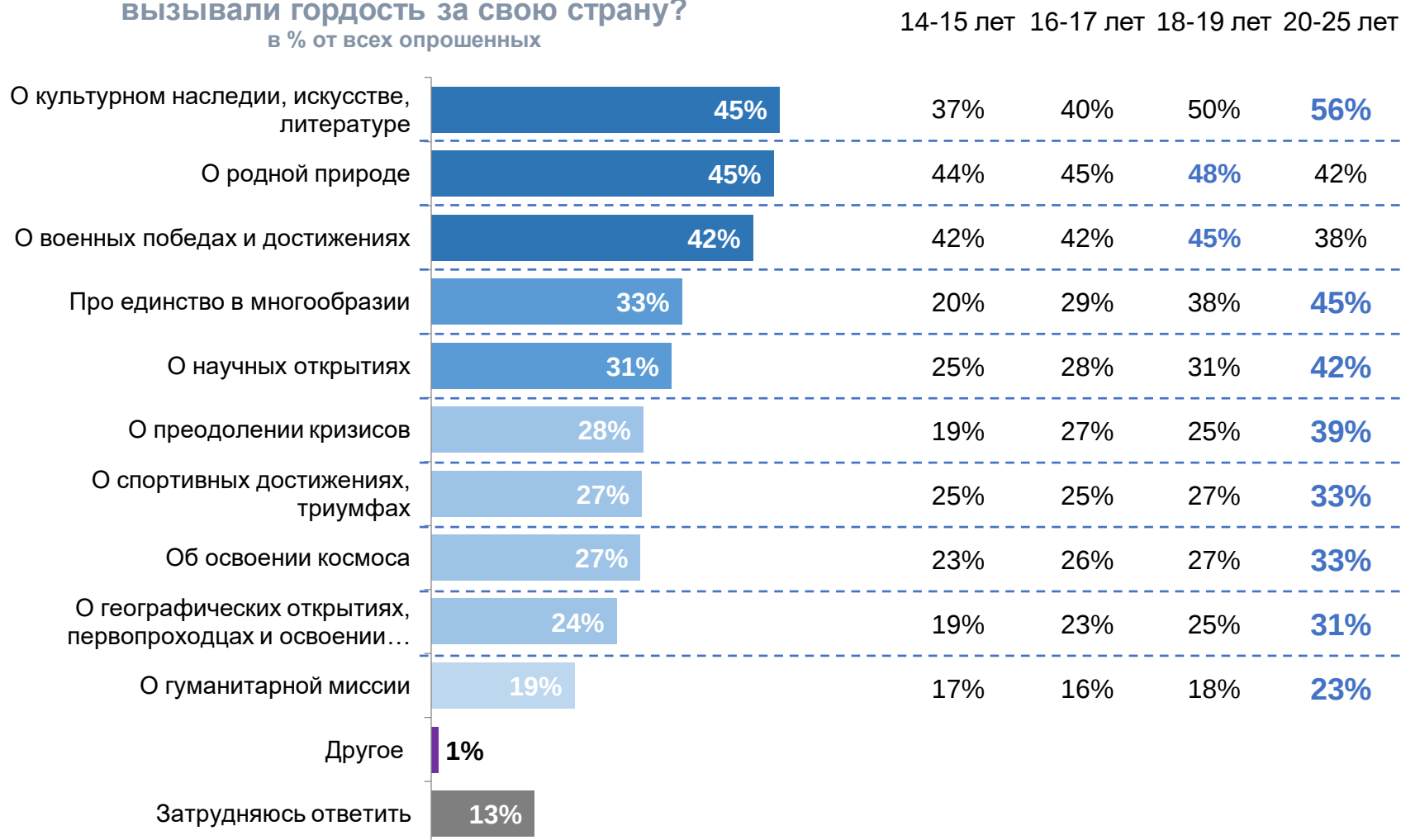


6.2. Тематика произведений культуры и искусства, соответствующая ценностям патриотизма

Диаг. 6.2. О чем должна быть книга, фильм, чтобы они вызывали гордость за свою страну?
в % от всех опрошенных

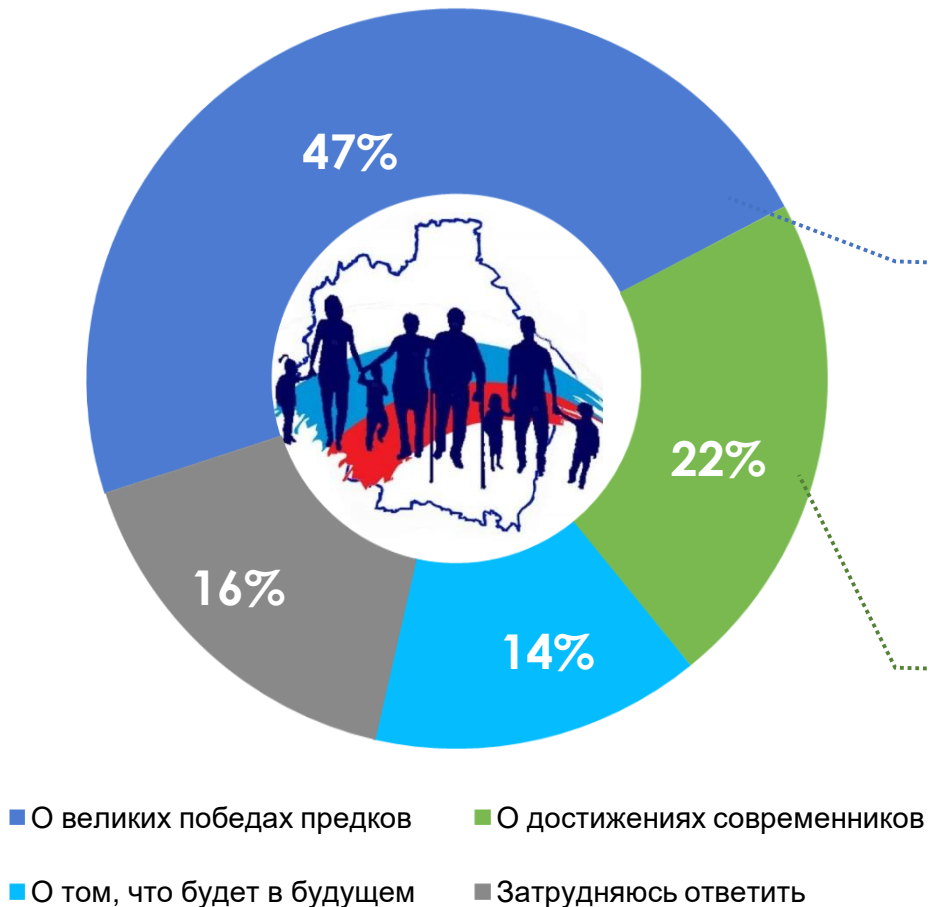
Почти для половины представителей молодёжи произведения искусства, для того чтобы они вызывали гордость за страну, должны быть о русской культуре (45%), о природе (45%) или о военных победах и достижениях (41%).

Ещё треть молодых людей чувствуют гордость за страну, когда читают книги или смотрят фильмы о научных открытиях (31%) или об единстве народов России в их многообразии (33%). Наименее интересной темой для гордости за страну оказалась тема гуманитарной миссии (19%).



6.3. Предпочтительное время действия в патриотических фильмах

Диаг. 6.3.1. Патриотический фильм о каком времени Вы бы предпочли?
в % от всех опрошенных



Почти половина опрошенных предпочли бы посмотреть патриотический фильм на тему великих побед предков (47%).

Чаще предпочитают тему о великих победах предков:

- Возраст 18-19 лет – 52%
- Учащиеся ССУЗов – 52%
- Участники патриотических объединений – 52%
- Есть знакомые участники СВО – 51%

Чаще предпочитают тему достижений современников:

- Возраст 20-25 лет – 33%
- Студенты – 30%
- Выпускники – 38%
- Старшие классы – 29%

Так чаще отвечали молодые люди в возрасте 18-19 лет, учащиеся средних специальных учебных заведений, а также респонденты, в жизни которых присутствует военно-патриотический контекст: есть знакомые участники СВО, участвовали в патриотических объединениях и мероприятиях.

Тему **достижений современности** предпочитают около пятой части опрошенных (22%). Это в основном опрошенные в возрасте 20-25 лет, студенты и выпускники вузов.

Фильмы с тематикой будущего интересуют молодых людей меньше всего: 14% отметили, что им это интересно. Несколько чаще так отвечали выпускники, а также те, кто не уважает Россию и не считает себя патриотами.

Высока доля и **затруднившихся определить** тематику патриотического фильма (16%). Чаще не могли определиться ученики средних классов, 14-15 лет, кто не уважает Россию и не считает себя патриотами.

6.4 Интерес к советскому и современному кинематографу

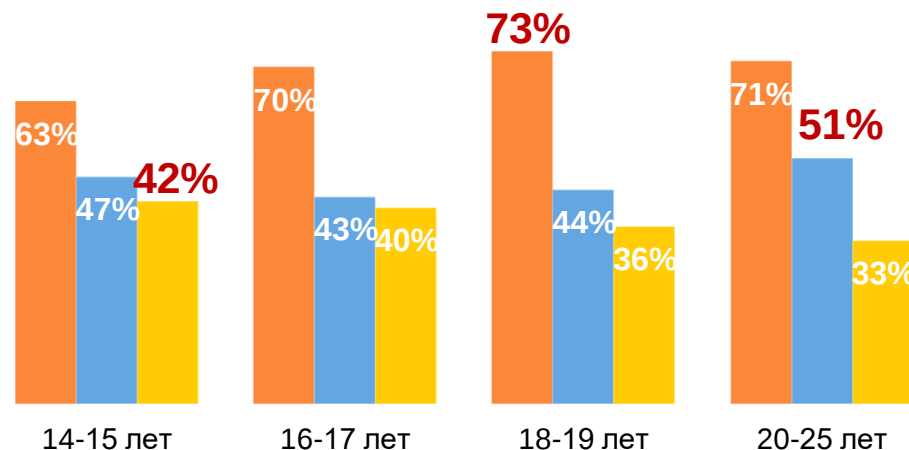
Диаг. 6.4.1. Какие фильмы и мультфильмы Вас привлекают, вызывают интерес и желание посмотреть?, в % от всех опрошенных



Наибольший интерес опрошенные проявляют к оригинальным советским фильмам и мультфильмам (69%).

В меньшей степени интерес к советскому кинематографу выражен среди подростков 14-15 лет (63%). При этом дети данного возраста чаще других отдают предпочтение переснятым советским фильмам и мультфильмам (42%). Также можно выделить молодежь 20-25 лет, среди которых выше спрос на современные фильмы (51%).

Диаг. 6.4.2. Интерес к советскому кинематографу в возрастных группах, в % по группам



6.5 Дополнительные форматы патриотического просвещения

Диаг. 6.5.1. Какие современные форматы просвещения детей и подростков о подвиге нашего народа в войне против фашизма Вы считаете наиболее эффективными?, в % от всех опрошенных



Наиболее эффективным форматом считают военные игры наподобие «Зарницы» (31%).

- Мужчины – 26%
- Возраст 16-17 лет – 28%
- Учащиеся ССУЗов – 26%
- Не считают себя патриотами – 33%
- Не участвовали в патриотических мероприятиях – 31%

6.5 Дополнительные форматы патриотического просвещения

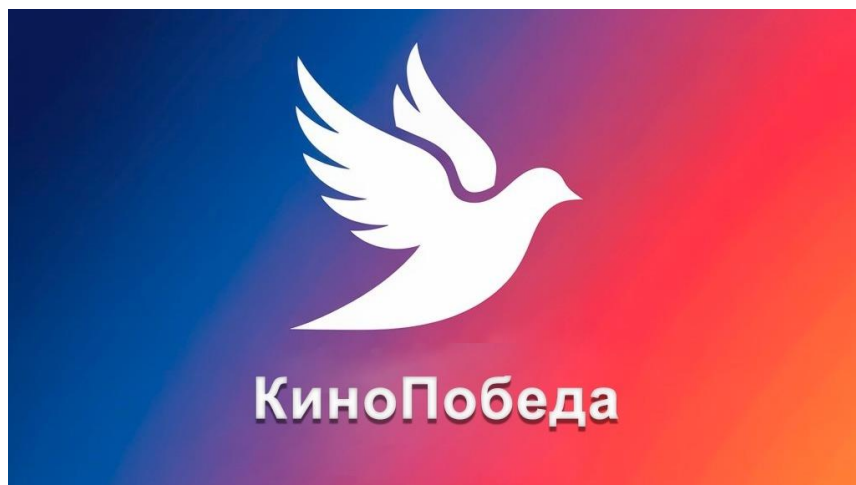
Табл. 6.5.2. Дополнительные форматы патриотического просвещения в зависимости от возраста и уровня образовательного учреждения, в % по группам

	Среднее	14-15 лет	16-17 лет	18-19 лет	20-25 лет	Школь-ники	Учащиеся ССУЗов	Студенты
Военные игры как “Зарница” с лазертагом, пейнтболом	31%	↓28%	28%	↑35%	↑34%	↓28%	31%	↑36%
Короткие ролики-трейлеры с моментами из старых фильмов	26%	23%	↓23%	↑32%	29%	↓22%	27%	↑31%
Создание крутых квестов и квест-румов на тему ВОВ	26%	24%	↓23%	↑30%	28%	25%	24%	↑32%
VR-экскурсии по фронтовым маршрутам	25%	↓20%	↓20%	27%	↑36%	↓22%	23%	↑34%
Интерактивные подкасты-расследования о подвигах ВОВ	25%	↓18%	↓21%	24%	↑39%	↓20%	↓22%	↑38%
Сборка, стрельба из военного и современного оружия	25%	24%	23%	↑29%	23%	24%	26%	24%
Проводить квизы, викторины о ВОВ	24%	22%	↓18%	27%	↑32%	↓20%	22%	↑33%
Создание тематических подростковых игр на свежем воздухе	24%	↓19%	↓21%	26%	↑31%	↓21%	26%	26%
Тематические челленджи в TikTok/ВКонтакте	20%	18%	17%	↑24%	23%	↓16%	23%	22%
Создание компьютерных игр о подвигах советских солдат	20%	19%	18%	22%	20%	21%	17%	22%
Дополненная реальность через смартфон у памятников и в музеях	18%	↓11%	17%	18%	↑27%	↓13%	18%	↑27%
Выдавать на лето не только книги, а списки военных фильмов и сериалов	18%	↓14%	17%	18%	↑22%	16%	18%	20%
Переснимать старые фильмы с современными спец-эффектами	15%	16%	15%	17%	10%	16%	15%	13%
Конкурс караоке по военным и современным патриотическим песням	12%	↓8%	12%	↑16%	9%	↓8%	↑16%	10%
Затрудняюсь ответить	22%	22%	↑28%	22%	16%	24%	↑26%	16%

Учащиеся школ проявляют значительно меньший интерес практически ко всем представленным форматам.

Значительно выделяется группа студентов вузов, для которых в тройку наиболее эффективных форматов, помимо военных игр, входят интерактивные подкасты-расследования (38%) и vr-экскурсии по фронтовым маршрутам (34%).

7. Конкурс «КиноПобеда»



7. Конкурс «КиноПобеда»

Диаг. 7.1. Предложения по рекламе конкурса, в % от всех опрошенных



Диаг. 7.2. Мотивация участия в конкурсе, в % от всех опрошенных



Диаг. 7.3. Предложения по подведению итогов конкурса, в % от всех опрошенных

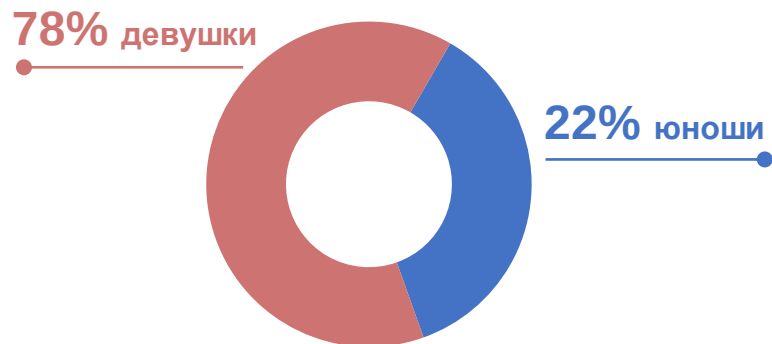


8. Социально-демографические характеристики

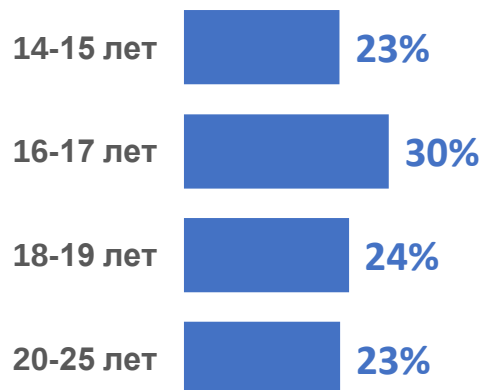


8. Социально-демографические характеристики

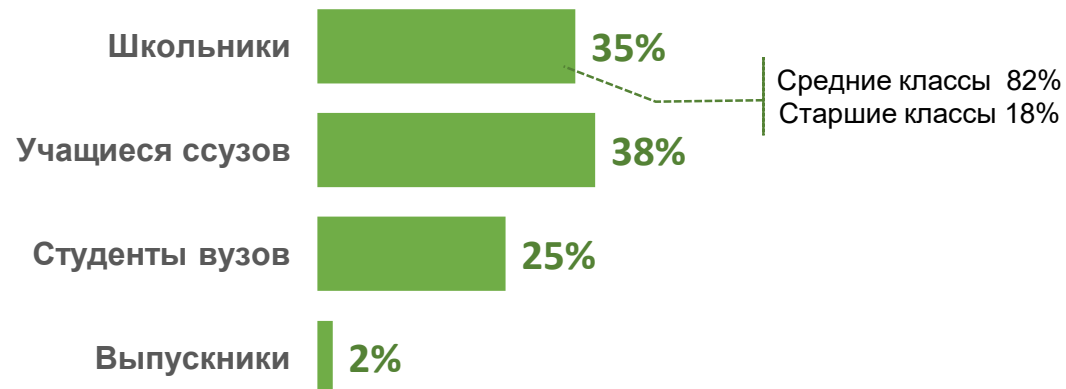
Пол



Возраст



Занятость



Причастность к СВО





СВОИ

Адрес Агентства «СВОИ»:

614016, г. Пермь,
ул. Механошина, 17; 1-й этаж,
офис 2

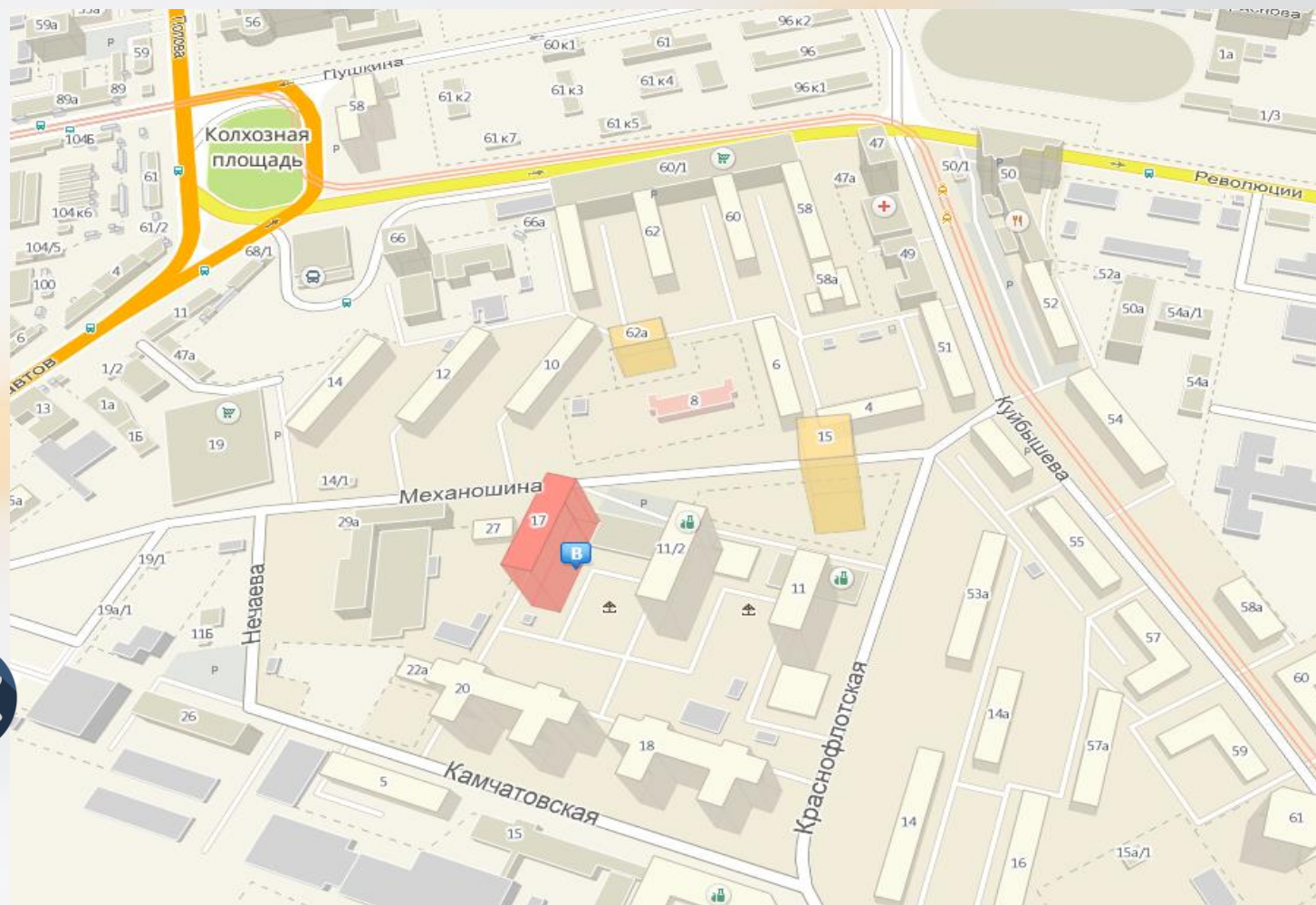
Тел.: +7 (342) 270-00-99

+7 (902) 471-33-21

www.svoi.org

svoi.org@bk.ru

НАШИ КОНТАКТЫ:



@SVOI_ORG

