

Оригинальная статья
УДК 316.346.32-053.6
<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2023-9-6-101-115>

Социологическая диагностика образа «героя» как объекта социального конструирования в идеологии молодежи в период проведения специальной военной операции

**Анна Сергеевна Курапова^{1✉}, Сергей Владимирович Курапов²,
Александр Борисович Ильченко³**

¹Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»
им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия

²Московский государственный университет технологий и управления
им. К. Г. Разумовского (ПКУ), Москва, Россия

³Федеральное агентство по делам молодежи, Москва, Россия

^{1✉}ann-shilyaeva@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2003-7439>

²sv_ksv@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0007-3962-2850>

³89501376443@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0005-8404-1487>

Введение. В статье рассматривается применение концепции социального конструирования к формированию образа «героя» у студенческой молодежи и его социодинамика в период проведения специальной военной операции. Для сравнительного анализа взяты военнослужащие срочной службы и казачья молодежь. Отмечается важность влияния образов «героев», отвечающих определенным требованиям в условиях «гибридной войны».

Методология и источники. Представлены основные подходы к социальному конструированию с позиции формирования образа «героя» (А. Шюц, П. Бергер, Т. Лукман, Г. Блумер, К. Поппер, М. Спектор, Дж. Китсьюз, У. Липпман). Описаны факторы, влияющие на формирование образа «героя» и процедуры социального конструирования. Показана взаимосвязь сконструированного образа «героя» и результата его функционирования в социальной среде. Обосновывается влияние СМИ и социальных сетей на формирование образа «героя», описывается концепция социального конструкта: представления молодежи – ценностный выбор – результат. Приведены данные исследований авторов статьи по ценностным ориентациям молодежи.

Результаты и обсуждение. Представлены результаты социологической диагностики образа «героя» в динамике 2022–2023 гг. у студенческой молодежи Санкт-Петербурга и Москвы и группы молодежи, к которым применялись целенаправленные социальные технологии, – военнослужащие срочной службы и казачья молодежь.

Заключение. На втором году проведения специальной военной операции произошла трансформация образа «героя» для всех групп молодежи. На студенческую молодежь оказало влияние социальное конструирование «мягкой силы». Например, смена транслируемого контента в Интернете, введение специальных уроков мужества и «Разговоров о важном». Однако эталон «героя-воина» остается на уровне Великой Отечественной войны, что говорит о недостаточном историческом погружении транслируемой информации и в то же время недостаточной актуализации современных героев-воинов.

© Курапова А.С., Курапов С. В., Ильченко А. Б., 2023



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.

Ключевые слова: герой, образ, социальное конструирование, студенческая молодежь, военнослужащие срочной службы, казачья молодежь, ценностные ориентации, специальная военная операция, идеология

Для цитирования: Курапова А. С., Курапов С. В., Ильченко А. Б. Социологическая диагностика образа «героя» как объекта социального конструирования в идеологии молодежи в период проведения специальной военной операции // ДИСКУРС. 2023. Т. 9, № 6. С. 101–115. DOI: 10.32603/2412-8562-2023-9-6-101-115.

Original paper

Sociological Diagnostics of the Image of a “hero” as an Object of Social Construction in the Ideology of Youth, during a Special Military Operation

Anna S. Kurapova^{1✉}, Sergey V. Kurapov², Alexandr B. Ilchenko³

¹*Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia*

²*K.G. Razumovsky Moscow State University of Technologies and Management
(the First Cossack University), Moscow, Russia*

³*Federal Agency for Youth Affairs, Moscow, Russia*

^{1✉}*ann-shilyaeva@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2003-7439>*

²*sv_ksv@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0007-3962-2850>*

³*89501376443@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0005-8404-1487>*

Introduction. The article examines the application of the concept of social construction to the formation of the image of a “hero” among students and its sociodynamics during a special military operation. Conscripts and Cossack youth were taken for comparative analysis. The importance of the influence of images of “heroes” that meet certain requirements in the conditions of “hybrid war” is noted.

Methodology and sources. The main approaches to social construction from the position of forming the image of a “hero” are presented (A. Schutz, P. Berger, T. Lukman, G. Bloomer, K. Popper, M. Spector, J. Kitseuse, W. Lippman). The factors influencing the formation of the image of the “hero” and the procedures of social construction are described. The interrelation of the constructed image of the “hero” and the result of its functioning in the social environment is shown. The influence of mass media and social networks on the formation of the image of a “hero” is substantiated, the concept of a social construct is described: representations of youth – value choice – result. The research data of the authors of the article on the value orientations of young people are presented.

Results and discussion. The results of sociological diagnostics of the image of the “hero” in the dynamics of 2022–2023 are presented. This diagnosis was carried out among students in St. Petersburg and Moscow, as well as among a group of young people to whom targeted social technologies were applied (specifically, conscripts and Cossack youth).

Conclusion. In the second year of the special military operation, there was a transformation of the image of a ‘hero’ for all groups of young people. The students were influenced by the social construction of “soft power”. For example, changing the broadcast content on the Internet, introducing special lessons of courage and “Talking about important things”. However, the standard of the “warrior hero” remains at the level of the Great Patriotic War, which indicates insufficient historical immersion of the transmitted information, and, at the same time, insufficient actualization of modern warrior heroes. The results are somewhat

different for young people focused on the military sphere (on the example of Cossack youth). By purposeful social construction (political information, direct communication with the participants of a special military operation, studying the history of Russia, etc.), the image of the “hero” turns out to be stronger and more reliable.

Keywords: hero, image, social construction, student youth, conscripts, Cossack youth, value orientations, special military operation, ideology

For citation: Kurapova, A.S., Kurapov, S.V. and Ilchenko, A.B. (2023), “Sociological Diagnostics of the Image of a “hero” as an Object of Social Construction in the Ideology of Youth, during a Special Military Operation”, *DISCOURSE*, vol. 9, no. 6, pp. 101–115. DOI: 10.32603/2412-8562-2023-9-6-101-115 (Russia).

Введение. В идеологической парадигме образ «героя» в истории российского общества прошел необычайно длительный путь, воплощаясь через литературные формы, включая миф, эпос, сказку. Многомерность и сложность социальной природы «героя» открывает широкий спектр его всевозможных интерпретаций [1] и дает возможность сформулировать определенный социологический исследовательский подход. К тому же важность понимания механизма конструирования образов, учитывая неодинаковость представлений о желаемых образцах для подражания у молодежи, формирующая разницу в ценностях, препятствует консолидации их человеческого капитала, столь необходимого в эпоху цивилизационных вызовов.

Военное время, в свою очередь, диктует необходимость выделения тенденций, конструирования идей, собирания и описания моделей возможного развития общества, где одной из задач должно стать удержание социальных представлений молодежи об «образе будущего», отвечающего приоритетам безопасности, инновационности, личных свобод, а также ее личностное и групповое самоопределение [2].

Многочисленные ценностно-идеологические исследования показывают, что отсутствие представлений о «герое» порождает кризис национально-государственной и цивилизационной идентичности и не формирует единого патриотического исторического сознания. Отсутствие стремления идентифицировать себя с определенным историческим периодом, его выдающимися представителями может привести молодежное сообщество к аномии с утратой четкой смысложизненной, мировоззренческой ориентированности [3].

Применение социального конструирования и культивация образа «героя» для формирования идеологии молодежи важны еще и по следующим соображениям:

- во-первых, создание национальных героев-победителей является одним из наиболее эффективных способов формирования нужных государству социальных установок;
- во-вторых, выделение тех или иных исторических личностей в качестве национальных героев помогает сделать выводы об усредненном образе «идеального гражданина», чертах его характера, что в свою очередь может послужить материалом для понимания ценностных и идеологических ориентаций граждан.

Важно учитывать, что эффективность механизма социального конструирования идеологии молодежи зависит от особенностей восприятия идей «героя» среди населения страны в целом. Как справедливо полагают многие исследователи, у молодежи нет так называемых «героев», но есть кумиры, образы которых транслируют Интернет, кино и телевидение. С. Ю. Белоконев и А. А. Косарева отмечают, что отечественная история, литература и соци-

альный институт семьи оказывают скорее незначительное влияние на представления об образе социально положительного персонажа [4].

Для понимания особенностей отношения к тому или иному образу «героя» сформулируем основные тренды, характеризующие изменения в ценностных ориентациях и в самом процессе социализации молодежи, по измерениям современных отечественных исследователей:

1. Снижался уровень духовно-нравственной культуры, чему способствовали трансформации института семьи в части идеологической составляющей.
2. Разрушалась сама иерархия социокультурных ценностей молодежи. Пропадал интерес к народному искусству и религии. Предпочтение скорее отдавалось течениям и направлениям современной музыки, коротким видеороликам.
3. Как образец для подражания на первый план выходил потребитель, бездуховный человек, через метафорические символы насилия и жестокости. Такую же функцию выполняли видеоигры.
4. Молодежь в большей части ориентировалась на успешных людей, способных зарабатывать и тратить баснословные суммы денег на приобретение различных материальных благ. Девиз «Один за всех и все за одного» ушел в прошлое. Теперь каждый сам по себе и каждый сам за себя [4, 5].

С началом проведения специальной военной операции, а по сути, с началом военного времени в России, перед молодежью вновь встал ценностный выбор ориентиров. Некоторые из тех, кто еще недавно являлся кумиром, уехали из страны, сделав свой ценностный выбор. Становится очевидным, что для консолидации молодежной среды как части российского общества в эпоху сложных глобальных трансформаций с учетом военного времени необходимо целенаправленное воздействие на ее ценностные ориентиры. В статье мы предлагаем рассмотреть образ «героя» и как часть идеологической системы современной российской молодежи, и как объект социального конструирования.

Методология и источники. Термин «социальное конструирование реальности» и научный подход, называемый социальным конструкционизмом, появились во второй половине XX в. Корни его укреплены в феноменологии (А. Шюц, П. Бергер и Т. Лукман, Дж. Дуглас), этнометодологии (Г. Гарфинкель) и символическом интеракционизме (И. Гофман, Дж. Мид, Г. Блумер) и исходят из активной роли познающего субъекта в формировании знаний о мире.

Люди определяют, интерпретируют и придают значение этому миру через свои повседневные действия и интеракции. А. Шюц определил этот процесс как то, что наши знания о мире, как обыденные, так и научные, содержат конструкции, т. е. набор абстракций, идеализаций, особенных для каждого соответствующего уровня организации мысли [6].

Индивид не рождается с готовым набором представлений о ценностях и нормах, он осваивает их постепенно, в процессе социализации, который напрямую зависит от окружающей среды, где развивается личность. В ключе этой научной мысли ценностные ориентации молодежи, формирующие толерантное отношение к определенным образам «героев-победителей», находятся под влиянием множества факторов, одним из которых становится вовлеченность в культуры и субкультуры, различные общественные движения и организации,

создавая устойчивую потребность в причастности к ним и, за счет этого, самореализацию. В этом же ключе любые просмотренные фильмы, видеоролики, прочитанные книги и статьи, прослушанные музыкальные композиции оставляют след и накладывают отпечаток на подсознание, преобразовываясь впоследствии в устойчивые ценностные ориентации [7].

Случайное взаимодействие конструируется и переходит в разряд шаблонов и образцов поведения, часто обязательных для членов общества, объективными факторами жизни. Согласно П. Бергеру и Т. Лукману социальное конструирование осуществляется посредством четырех основных способов (и вместе с тем этапов). Хабитуализация (опривычивание или рутинизация) как превращение наиболее значимой реальности в повседневность, воспроизводясь через традицию, память, передаваемые знания. Затем типизация или разделение на классы через повторяющиеся образцы взаимодействий и совокупность типизаций как социальная структура. На следующем этапе происходит процесс институционализации, или социальное признание идей, смыслов, типизаций, их структуризация. И наконец, легитимация через смысловую объективацию «второго порядка» и создание новых значений для интеграции уже имеющихся [8].

Согласно К. Попперу как целью обычного инженера является конструирование машин, их совершенствование и обслуживание, целью «социального конструктора» является конструирование социальных институций и организаций, а также их совершенствование и поддержание работоспособности с учетом «пошаговой» социальной технологии. Поппер утверждал, что невозможно сконструировать институцию, полностью «защищенную от дураков» (foolproof) [9], т. е. институцию, функционирование которой не зависит от людей, несмотря на многообразие их функций; институции в лучшем случае могут лишь уменьшить неопределенность человеческого фактора, помогая в работе тем, кто стремится к целям, для которых эти институции и организационные системы были созданы и от чьей инициативы и знаний главным образом и зависит успех.

В вопросе создания образов или новых ценностей может возникать как реакция на кризис или турбулентность расшатывание сформированной ценностной парадигмы. И в этом ключе возможно несколько исходов попыток формирования нового образа, а в нашем случае – образа «героя»: старый образ «героя» в конце концов доказывает свою актуальность и остается неизменным (на примере Юрия Гагарина, который являлся образом «героя» многие десятилетия); формирование нового образа «героя» доказывает свою актуальность, однако отсутствуют реальные персонажи под него и места остаются вакантными (такой образ не оказывает должного влияния, и его использование в механизме социального конструирования затруднено); либо создаваемый образ «героя» вместе с реальным воплощением в конкретных людях доказывает свою актуальность, замещая старую конструкцию. В последнем варианте реальный «герой» и его образ, воплощаясь в конкретных качествах и свойствах «героической личности», может оказывать максимальный эффект при целенаправленном воздействии на объект(ы).

Современное социальное конструирование позволяет изменить социальную действительность на основе методов планирования, программирования, предвидения и прогнозирования, включая в себя процедуры диагностики состояния объекта воздействия и прогнозирование наиболее вероятных вариантов развития внутренней и внешней среды объекта

прогноза, а также моделирование будущего состояния объекта исследования с использованием математических, кибернетических, прогностических и других методов. Социальное конструирование может включать в себя и разработку социального проекта нового состояния исследуемого объекта, социальное планирование в соответствии с этим проектом, и реализацию самого проекта с помощью инновационных социальных технологий [10]. Под инновационными социальными технологиями в ключе социального конструирования стоит понимать все приемы и методы, направленные на изучение, актуализацию и оптимизацию инноваций, которые необходимы для производства рациональных изменений в различных сферах человеческой жизни.

Таким образом, для начала конструирования нового образа «героя» выявляется потребность в нем, исходящая из социальных проблем и связанная с недееспособностью прежних «героев». В понимании актуальности социальных проблем «социальному конструктору» стоит учитывать, как определяет Г. Блумер, вероятность «отсутствия проблемы». Это выражается в том, что, не осознавая социальной проблемы, общество не воспринимает ее, не обращается к ней, не обсуждает ее и ничего с ней не делает, что, по сути, предопределяет факт ее отсутствия. В связи с этим он предлагает рассмотреть пять стадий изначального конструирования социальной проблемы и ее эволюции. В первую очередь, это само возникновение проблемы и ее легитимация в условиях конкретного общества. Следом за осознанием проблемы в обществе идет мобилизация социальных действий его членов в отношении нее, что в итоге должно привести к формированию официального плана действий и его последующей трансформации в ходе внедрения [11].

М. Спектор и Дж. Китсьюз подвергли сомнению высокую оценку социологами объективных обстоятельств возникновения социальных проблем и теорию конструирования социальных проблем Блумера, утверждая, что следует изучать не конструирование самих обстоятельств, а то, как люди поступают в соответствии с обстоятельствами [12]. Здесь важным аспектом является особенность социальных отношений в том или ином обществе (сообществе), которое будет так или иначе реагировать на социальные проблемы и изменения в соответствии с ними.

До недавнего времени отечественные социологи хотя и проблематизировали зависимость между представлениями (и/или ценностными ориентациями) молодежи и их выбором как социальным актом, но конструкцию «ценностные ориентации (или представления) – выбор, как социальный акт – результат выбора» рассматривали лишь по ограниченному кругу социальных проблем. В настоящее время, когда российское общество находится в условиях вызовов «гибридной войны», задействование вышеуказанного целостного конструкта является важным фактором поиска возможностей для их преодоления.

У. Липпман выдвинул предположение, что наше представление о реальности часто основывается на «теньях на стенах», т. е. сообщениях в СМИ. Согласно этой точке зрения СМИ или социальные сети являются ключевым связующим звеном между событиями в мире и людьми, и они определяют, как эти события будут отражены в умах общественности [13]. Трансляции через СМИ уже даже не рассматриваются как объективное отражение реальности, а выступают в качестве своеобразного социального конструкта, в том числе с целью формирования необходимого общественного мнения.

Например, признанный «герой», несущий определенный образ, заманчиво демонстрирует молодежи свободу выбора жизни и деятельности в ней. Однако в процессе идентификации с ним его почитатель копирует его поведение, особенности общения и в итоге совершает выбор наравне с ним. Можно сделать вывод, что в отличие от мифологических архаических героев, нагружаемых функциями внутреннего смыслообразования, современные культурные и субкультурные «герои» являются в первую очередь символическими носителями внешних образцов поведения и влияют на предпочтения молодежи, ее выбор и, в конечном итоге, на результат ее жизнедеятельности.

Иногда персонажей, находящихся в фокусе общественного внимания, сложно отнести вообще к какой-либо категории. Они не являются ни художественными, ни политическими, ни научными и даже не спортивными деятелями. В английском языке для их обозначения используют фразу «Famous for Being Famous» («знаменит, потому что знаменит») [14].

В соответствии с рядом последних социологических исследований в российском обществе достаточно легко можно проследить духовно-нравственный и культурный кризис, который со временем набирает обороты. Это обусловлено многими факторами, такими как недостаточный уровень образования и в целом снижение его качества, новые общественные тенденции и идеи, получившие широкое распространение, где ярким примером является снижение значимости института семьи. На первый план у молодых людей вышла материальная сторона жизни [15], что также подтверждают некоторые социологические исследования ценностных ориентаций молодежи и эмпирические наблюдения в процессе профессиональной деятельности авторов настоящей статьи [16–18].

С одной стороны, существуют научные позиции, что современное поколение – это «поколение хайпа», стремящееся большей частью к материальным ценностям и удовольствиям, зависимое от интернет-технологий и не уважающее старших. В то же время результаты опросов показывают наличие у молодежи таких качеств, как активность, потребность в саморазвитии и самосовершенствовании, они рано задумываются о самореализации, собственном здоровье, здоровье всего мира и его будущем [19].

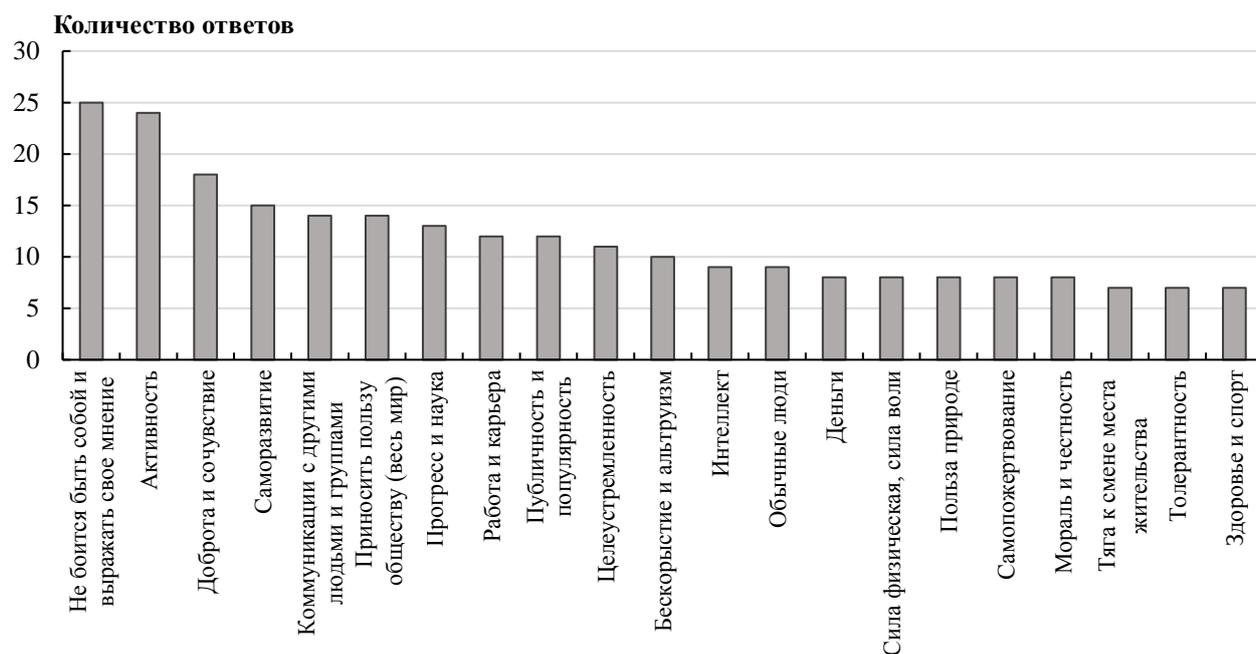
Некоторые исследователи видят корень проблемы в том, что современная молодежная политика и образовательные программы не предлагают исторически неразрывный нарратив с прошлым России, способный дать основу для глубинной исторической идентичности молодежи. Например, при трансляции молодежной политики о ценностях и смыслах патриотизма как любви к Родине конкретно не объясняется ни что называется «Родиной» (место рождения, страна Россия или собственный дом), ни что называется «любовью» (изменяемое эмоциональное субъективное оценочное отношение к тому или иному объекту). Одно из социологических исследований показало, что в лучшем случае под «родиной» подразумевается место рождения; в худшем не понимается вообще ничего [20].

Целенаправленное применение методик социального конструирования к формированию у молодежи образов «героев», необходимых настоящему периоду истории России, позволит также заложить социальные тренды на будущие периоды развития российского общества и стать драйвером преодоления современных цивилизационных вызовов.

Результаты и обсуждение. В качестве исследуемой группы были выбраны студенты Санкт-Петербурга (2022 г. – 102 чел.) и Москвы (2023 г. – 111 чел.), к которым практически

не применяются методы социального конструирования. В качестве групп для сравнительного анализа выбраны военнослужащие срочной службы (2022 г. – 197 чел.) и представители казачьего молодежного сообщества (2023 г. – 157 чел.), к которым в некоторой степени осознанно или стихийно применяются методы социального конструирования, направленные на формирование образов актуальных «героев».

В марте 2022 г. студентам факультета компьютерных технологий (всего 102 чел.) давалось задание написать развернутое мнение о том, как они понимают образ «героя», какими характеристиками, по их мнению, он обладает и кого они могли бы привести в пример (рисунок) [21].



Качества «героя» в представлениях студентов факультета компьютерных технологий
Qualities of a “hero” as perceived by students of the Faculty of Computer Technologies

По результатам анализа совокупности характеристик образа «героя» для молодежи, обучающейся на факультете компьютерных технологий, можно создать его собирательный портрет. Предполагается, что такая личность должна быть активной, целеустремленной, не бояться быть самим собой и выбирать род занятий и сферу деятельности по своему желанию, не следуя за стереотипами. «Герой», по их мнению, не должен быть привязан к какой-то одной стране, он вполне может быть «гражданином мира». Материальный достаток для него не является первичным благом в иерархии ценностей, отчасти из-за осознания студентами своей востребованности: «в любом случае за свою работу я буду получать хорошие деньги, какая разница где». Спрос на IT-профессии рождает уверенность в материальном обеспечении при любом раскладе, что подтверждается результатами диагностического интервьюирования некоторых студентов. Глобалистические ценности у «героя» выходят на первые позиции. Это желание приносить пользу человечеству в целом, толерантность, забота о природе в глобальном контексте. Герой постоянно развивает себя, много работает, ведет человечество к светлому будущему. Возможно, это ученый, исследователь, предприниматель или политик. Главное, чтобы он помог человечеству стать лучше.

Конкретные примеры таких «героев» были названы незначительным количеством студентов, что свидетельствовало о некоторой вакантности места «героя» на момент исследования. Наиболее часто встречается Илон Маск (10,7 %). Для этого числа респондентов он ассоциируется с инновациями, технологическим прогрессом, экологичностью как в организации производства, бизнеса, так и в личном поведении, заботой о планете. Военных и политиков качествами «героя» не наделил никто из студентов.

В рамках проведения сравнительного анализа в качестве второй группы были выбраны солдаты, проходящие службу по призыву, прошедшие через воздействие политического информирования и воспитательной работы, организуемой в воинских частях. Образ «героя» для этой группы молодежи, исследуемой в 2022 г., показал, что важность здесь имеют качества: воля, решительность и целеустремленность, т. е. лидерские качества (38 %). Почти такие же позиции у качеств: храбрость, мужество и отвага (31 %), уважение к людям, доброта и вежливость (29–30 %). Немного меньше – честность и справедливость (21–26 %), дисциплинированность и надежность (13–20 %), эрудиция и смекалка (7–12 %). Наименее слабым качеством «героя» для солдат, проходящих службу по призыву, выступает самопожертвование (6 %). Герой может заниматься любой, неважно какой, деятельностью и принадлежать к любой профессиональной сфере (48 %), возможно, быть военнослужащим (14 %) или врачом (6 %).

Для образа «героя» в представлениях военнослужащих характерны добрые и благородные поступки, такие как помощь людям (14 %), значимые в глазах общества или «героические» поступки (12 %), спасение жизни других людей (12 %), принесение пользы стране и обществу (6 %). В качестве конкретного примера «героя» большинство отметило, что такого человека не существует или он им неизвестен (27 %). Президента России Владимира Путина в качестве эталона для подражания указывают 15 %, родных и близких людей в качестве героев – 7 %. В этой группе, как и для студентов, американский миллионер и предприниматель Илон Маск является эталоном для 11 %.

В большинстве своем военнослужащие сходятся на том, что «героя» в реальной жизни не существует, соответственно и не существует основного образца и эталона для подражания. Стоит отметить, что данный замер был сделан через полгода после начала специальной военной операции [22].

Осенью 2023 г. был произведен социологический замер студенческой молодежи первого курса МГУТУ им. К. Г. Разумовского (111 чел.). В качестве «героя» они представляют военнослужащих (24 %), однако в основном ориентируясь на периоды Великой Отечественной войны и войны в Афганистане. Родственников, воевавших против фашизма, и родственников, сохранивших семьи во времена 1990-х гг., приводят в пример 22 %. На третьем месте находятся те, кто формирует ценности у молодого поколения, – преподаватели, учителя, наставники (10 %). Политические деятели, развивающие страну и заботящиеся о ней, занимают 7 % эталонных приоритетов. Люди культуры (актеры, певцы, модельеры), являющиеся гражданами других государств, служат образцом для подражания 6 % студентов. На следующем месте – люди с ограниченными возможностями, не опустившие руки и достигшие успеха в жизни (4 %). Такое же количество респондентов отметили в качестве «героев» блогеров и зарубежных спортсменов (3 %). Всего 3 % студентов затруднились назвать своего

«героя» или сформировать его образ некоторым набором качеств. Героев – участников СВО отметил всего 1 % студентов.

Собирательный образ «героя», исходя из анализа качеств, отмеченных студентами как значимые, выглядит таким образом. «Герой» должен обладать качествами самопожертвования (16 %), помогать людям (14 %), иметь силу воли и твердый дух (12 %), самостоятельно решать проблемы, возникающие у него на пути (11 %). Ему не чужды патриотические чувства (7 %), герой может быть защитником Родины (7 %), он может «подняться из низов», умеет вести за собой, не боится ошибиться на своем пути (12 % в совокупности качеств).

Социологическое исследование образа «героя» для казачьей молодежи произведено на Всероссийском слете в 2023 г., куда приехали 157 представителей из 67 регионов России. По результатам исследования прослеживается, что «герой» для этой группы молодых людей – целеустремленный, самодостаточный, но в то же время скромный, гуманный человек, но «выделяющийся из толпы» (15 % в совокупности качеств). Примерами для подражания у представителей казачьей молодежи в большей степени служат личности из среды современного казачьего сообщества, но не военнослужащие (25 %). Почти такой же приоритет в выборе эталонов у казачьей молодежи показывают военнослужащие – участники СВО (22 %). Военные деятели и великие казаки прошлого занимают по 5 и 6 % соответственно. Из политических лидеров, заботящихся о своей стране, в качестве эталона представители этой группы выбирают Владимира Путина (5 %) и некоторых других (2 %). Политические деятели прошлого в качестве эталонов занимают 3 % из общего количества. То же место в рейтинге занимают священнослужители и родственники (по 3 %). Несмотря на актуализацию образа «героя» в сторону патриотизма, затруднились с ответом 15 % представителей казачьей молодежи.

Современный «герой» в представлениях казачьей молодежи должен обладать следующими качествами: патриотичность и харизма (по 11 %), мужественность и смелость (9 %). Герой представляется как защитник (9 %), человек, умеющий работать в команде (6 %), сильный духом (6 %), уравновешенный, терпеливый (6 %), добрый (6 %), помогающий другим (6 %), скромный (6 %), не чуждый самопожертвованию (6 %). Почти не изменилось то, что конкретных личностей «героев» называет незначительное количество молодежи.

Заключение. Анализ результатов представлений о «герое» показал, что если в начале специальной военной операции в 2022 г. образ «героя» для молодежи различных групп был собирательным, в реальности не существовал и в целом соответствовал их социальным ожиданиям и представлениям, то в 2023 г. произошла его заметная трансформация. Причиной тому стали ситуативное и целенаправленное социальное конструирование разной степени.

На студенческую (вчера еще школьную) молодежь оказало влияние социальное конструирование «мягкой» силы с воздействием через медиа, включая пропаганду и запрет публикаций определенной информации, введение специальных уроков мужества и «Разговоров о важном». Результаты показали, что, скорее всего, в процессе реализации этих мероприятий были актуализированы «герои» – участники Великой Отечественной войны. Данное воздействие несколько сместило вектор эталонизации с «западного мира» и качеств «глобалистского порядка» внутрь России: от толерантности к самопожертвованию (это видно даже по группе военнослужащих в 2022 г.), от полезности людям всего мира к ори-

ентации на принесение пользы своей стране и обществу. Вместо Илона Маска (в 2023 г. он почти исчез из образа «героя») – к военным фронтовикам, от блогеров – к собственным родственникам (мать, отец, братья, дедушки).

Несмотря на смещение образа «героя» в сторону России, у студенческой молодежи выбор эталона ограничивается временем Великой Отечественной войны, что может говорить о недостаточном информировании и недостаточной целенаправленной героизации участников специальной военной операции. Из результатов заметно, что у студенческой молодежи двух рассматриваемых периодов отсутствуют представления о «герое» дореволюционного периода, имперского прошлого России. Данный аспект может свидетельствовать о недостаточном отражении глубины исторической памяти и показывать, что есть недостаток в ценностном конструкте, в части принадлежности к длительной и великой истории России.

Другому типу социального конструирования, назовем его целенаправленным, подверглась молодежь, ориентированная на военную сферу (военнослужащие и казачья молодежь). Из результатов исследования просматривается, что через активную пропаганду, непосредственное общение с участниками специальной военной операции, активное изучение истории России и подвигов предков (в том числе имперского периода – Суворов, Кутузов, Платов и пр.) из лидера-индивидуалиста «герой» трансформировался в «командного игрока», склонного к самопожертвованию. «Герой» становится тверже, сильнее, надежнее. Отметим, что для казачьей молодежи связь с дореволюционным периодом гораздо сильнее, что может говорить о большом влиянии традиционности самого казачьего сообщества.

Из анализа результатов четырех групп молодежи разных периодов отчетливо прослеживается отсутствие единой системы социального конструирования идеологии. Существующие подходы и попытки конструирования идеологии за время проведения СВО были обобщены нами по двум направлениям – «мягкой силы» и «целенаправленное». В обоих направлениях видны некоторые преимущества и изъяны. Рассматривая социальное конструирование как систему, включающую стратегический, тактический и оперативный уровни, следует отметить необходимость объединения двух вышеназванных направлений и включения их в единую систему социального конструирования. Чем раньше это произойдет, с тем менее высокой вероятностью наша молодежь подвергнется влиянию ситуативного социального конструирования или деструктивного, навязывающего чуждые русскому культурному коду ценности.

Создание единой трех- или многоуровневой системы социального конструирования – вопрос дальнейшего мультипарадигмального дискурса, однако исследование показало, что некоторые действия необходимо совершить прямо сейчас, чтобы не потерять позиции в «гибридной войне» за умы и сердца нашего молодого поколения.

В этом смысле действенным может получиться транслирование более глубокого исторического аспекта дальних периодов истории России, непосредственный контакт с участниками специальной военной операции, передача их жизненного и боевого опыта, защита информационного поля от вредоносных материалов, транслирующих ценности «коллективного запада», популяризация научно-интеллектуальной деятельности, актуализация трансляции результатов достижений путем трудовых, предпринимательских усилий и таланта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Соколова Б. Ю. Понятие «герой»: проблемы интерпретаций // Вестн. культурологии. 2021. № 3 (98). С. 9–28. DOI: 10.31249/hoc/2021.03.01.
2. Щербина А. В. Актуальные задачи социологической диагностики (на примере «Очерков военного времени» К. Манхейма) // ДИСКУРС. 2023. Т. 9, № 1. С. 53–68. DOI: 10.32603/2412-8562-2023-9-1-53-68.
3. Шестаков Ю. А. Историческое сознание российской молодежи в контексте обеспечения национальной безопасности России // Nomothetika: Философия. Социология. Право. 2022. Т. 47, № 2. С. 399–407. DOI: 10.52575/2712-746X-2022-47-2-399-407.
4. Белоконев С. Ю., Косарева А. А. Политико-психологические особенности формирования национально-государственной идентичности у молодежи: историографический обзор // Гуманитарные науки. Вестн. Финансового ун-та. 2022. Т. 12, № 5. С. 23–30. DOI: 10.26794/2226-7867-2022-12-5-23-30.
5. Воспитание молодежи в эпоху глобализации: психологические особенности / Н. В. Боква, Н. Н. Симонович, Д. Н. Багрецов, Г. Н. Симонович // Аграрное образование и наука. 2017. № 3. URL: http://aon.urgau.ru/images/2017/03/04_03_2017.pdf (дата обращения: 19.03.2023).
6. Шюц А. Избранное. Мир, светящийся смыслом / пер. с нем. и англ. В. Г. Николаева, С. В. Ромашко, Н. М. Смирновой. М.: РОССПЭН, 2004.
7. Репникова К. А. Ценности современной молодежи в условиях нестабильности внешней среды // Контентус. 2021. № 2. С. 30–38. DOI: 10.24411/2658-6932-2021-10132.
8. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / пер. Е. Д. Руткевич. М.: Медиум, 1995.
9. Поппер К. Открытое общество и его враги: в 2-х т. / пер. с англ. В. Н. Садовского. М.: Феникс, 1992.
10. Философия: социальная инженерия: Методические указания к самостоятельной работе / сост. М. И. Микешин. СПб.: Горный ун-т, 2015.
11. Blumer H. Social Problems as Collective Behavior // Social problems. 1971. Vol. 18, iss. 3. P. 298–306. DOI: <https://doi.org/10.2307/799797>.
12. Спектор М., Китсьюз Дж. Конструирование социальных проблем / пер. с англ. И. Г. Ясавеева // Контексты современности – II. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2001. С. 160–163.
13. Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т. В. Барчуновой. М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2004.
14. Таскаева А. В., Питина С. А. Трансформация образа героя в медийном дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. Т. 14, № 7. С. 2215–2220. DOI: 10.30853/phil210340.
15. Вайднер Е. В., Ашивкина Е. А. Составляющие системы ценностей современной молодежи // Наука и образование. 2022. Т. 5, № 2: 94.
16. Курапов С. В. Идентификационные ориентации кадетов в казачьих кадетских корпусах: результаты сетевого измерения и некоторые выводы относительно человеческого капитала // Человеческий капитал в фокусе современного социологического дискурса. СПб.: Медиапиар, 2020. С. 146–168.
17. Курапов С. В., Шиляева А. С. Влияние медиакультуры на ценности молодежного предпринимательства // Медиа в современном мире. Молодые исследователи: мат. XX междунар. конф. студентов, магистрантов и аспирантов, СПб., 11–12 марта 2021 г. / СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2021. С. 240–242.
18. Шиляева А. С., Курапов С. В. Диагностика социального капитала студенческой молодежи, предпосылки к совершенствованию преподавательской деятельности (на примере студентов-вечерников технического факультета) // Информация – Коммуникация – Общество:

XIX Всерос. научн. конф. с междунар. уч. СПб., 2–3 февраля 2022 г. / СПб.: Изд-во СПбГЭТУ, 2022. С. 356–359.

19. Исследование ценностей и жизненных предпочтений современной молодежи в России / И. И. Косинова, Ю. М. Гришаева, М. Н. Вовченко и др. // Вестн. РМАТ. 2022. № 2. С. 21–28.

20. Попков В. Д., Попкова Е. А. В поисках ориентиров культурной памяти. Историческая политика, образовательные программы и идентичность молодежи // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2022. № 65. С. 141–153. DOI: 10.17223/1998863X/65/14.

21. Курапов С. В., Шиляева А. С. «Герой нашего времени» глазами молодежи, ориентированными на IT-сферу // Патриотизм в российском обществе: мат. Всерос. конф. СПб., 15 апреля 2022 г. / СПб.: СПб ГБУ «Дзержинец», 2022. С. 74–78.

22. Курапова А. С., Курапов С. В., Сергеев М. Н. Условия социализации военнослужащих в период прохождения военной службы по призыву (на примере диагностики ценностных ориентаций военнослужащих срочников) // Информация – Коммуникация – Общество: XIX Всерос. научн. конф. с междунар. уч. СПб., 2–3 февраля 2023 г. / СПб.: Изд-во СПбГЭТУ, 2023. С. 187–192.

Информация об авторах.

Курапова Анна Сергеевна – кандидат социологических наук (2018), доцент кафедры социологии и политологии Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия. Автор 37 научных публикаций. Сфера научных интересов: социология молодежи, социология идентичности, социология казачества.

Курапов Сергей Владимирович – кандидат социологических наук (2021), доцент кафедры культуры казачества Московского государственного университета технологий и управления им. К. Г. Разумовского (ПКУ), ул. Земляной Вал, д. 73, Москва, 109004, Россия. Автор 26 научных публикаций. Сфера научных интересов: социология молодежи, социология идентичности, социология казачества.

Ильченко Александр Борисович – помощник руководителя Федерального агентства по делам молодежи, Большой Трехсвятительский пер., д. 2/1, стр. 2, Москва, 109028, Россия. Сфера научных интересов: социология молодежи, этносоциология, социология казачества, социология межнациональных отношений.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.

Поступила 17.09.2023; принята после рецензирования 20.10.2023; опубликована онлайн 21.12.2023.

REFERENCES

1. Sokolova, V.Yu. (2021), "The "hero" concept: the problems of interpretation", *Herald of Culturology*, no. 3 (98), pp. 9–28. DOI: 10.31249/hoc/2021.03.01.

2. Shcherbina, A.V. (2023), "Actual Tasks of Sociological Diagnostics (on the Example of "Wartime Essays" by K. Mannheim)", *DISCOURSE*, vol. 9, no. 1, pp. 53–68. DOI: 10.32603/2412-8562-2023-9-1-53-68.

3. Shestakov, Yu.A. (2022), "Historical consciousness of Russian youth in the context of ensuring national security of Russia", *Nomothetika: Philosophy. Sociology. Law*, vol. 47, no. 2, pp. 399–407. DOI: 10.52575/2712-746X-2022-47-2-399-407.

4. Belokonev, S.Yu. and Kosareva, A.A. (2022), "Political and Psychological Features of Formation of National-State Identity among Young People: Historical Review", *Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial Univ.*, vol. 12, no. 5, pp. 23–30. DOI: 10.26794/2226-7867-2022-12-5-23-30.

5. Bokova, N.V., Simonovich, N.N., Bagretsov, D.N. and Simonovich, G.N. (2017), "The education of youth in the era of globalization: psychological characteristics", *Agrarian education and science*, no. 3, available at: http://aon.urgau.ru/images/2017/03/04_03_2017.pdf (accessed 19.03.2023).

6. Schutz, A. (2004), *Izbrannoe. Mir, svetyashchiysya smyslom* [Selected: A world glowing with meaning], Trans. by Nikolaev, V.G., Romashko, S.V. and Smirnova, N.M., ROSSPEN, Moscow, RUS.
7. Repnikova, K.A. (2021), "The values of modern youth in conditions instability of the external environment", *Contentus*, no. 2, pp. 30–38. DOI: 10.24411/2658-6932-2021-10132.
8. Berger, P.L. and Luckmann, T. (1995), *The Social Construction of Reality. A Treatise on sociology of Knowledge*, Transl. by Rutkevich, E.D., Medium, Moscow, RUS.
9. Popper, K. (1992), *The open society and its enemies*, in 2 vol., Transl. by Sadovskii, V.N., Phenix, Moscow, RUS.
10. *Filosofiya: sotsial'naya inzheneriya: Metodicheskie ukazaniya k samostoyatel'noi rabote* [Philosophy: social engineering: Guidelines for independent work] (2015), comp. Mikeschin, M.I., Saint Petersburg Mining Univ., SPb., RUS.
11. Blumer, H. (1971), "Social Problems as Collective Behavior", *Social problems*, vol. 18, iss. 3, pp. 298–306. DOI: <https://doi.org/10.2307/799797>.
12. Spector, M. and Kitsuse, J.I. (2001), "Constructing Social Problems", Transl. by Yasaveev, I.G., *Contexts of modernity – II*, Kazan Univ. Press, Kazan, RUS, pp. 160–163.
13. Lippman, W. (2004), *Public Opinion*, Transl. by Barchunova, T.V., Institut fonda "Obshchestvennoe mnenie", Moscow, RUS.
14. Taskaeva, A.V. and Pitina, S.A. (2021), "Hero's image transformation in media discourse", *Philology. Theory & Practice*, vol. 14, no. 7, pp. 2215–2220. DOI: 10.30853/phil210340.
15. Weidner, E.V. and Ashivkina, E.A. (2022), "The value system of modern youth", *Nauka i obrazovanie* [Science and education], vol. 5, no. 2: 94.
16. Kurapov, S.V. (2020), "Identification orientations of cadets in the Kazakh cadet corps: results of network measurement and some conclusions regarding human capital", *Chelovecheskii kapital v fokuse sovremennogo sotsiologicheskogo diskursa* [Human capital in the focus of modern sociological discourse], SPb., Mediapiar, RUS, pp. 146–168.
17. Kurapov, S.V. and Shilyaeva, A.S. (2021), "The influence of media culture on the values of youth entrepreneurship", *Media v sovremennom mire. Molodye issledovateli* [Media in the modern world. Young Researchers], *XX International Conference students, undergraduates and graduate students*, St Petersburg, RUS, March 11–12 2021, pp. 240–242.
18. Shilyaeva, A.S. and Kurapov, S.V. (2022), "Diagnostics of social capital of student youth. Prerequisites for improvement of teaching activities (by the example of students party days of technical faculty)", *Information – Communication – Society*, St Petersburg, RUS, Feb. 2–3 2022, pp. 356–359.
19. Kosinova, I.I., Grishaeva, Yu.M., Vovchenko, M.N., Alymova, O.V. and Evstafyeva, N.S. (2022), "Research of values and life preferences of modern youth in Russia", *Vestnik RIAT*, no. 2, pp. 21–28.
20. Popkov, V.D. and Popkova, E.A. (2022), "In search of cultural memory landmarks. Historical policies, educational programs, and youth identity", *Tomsk State Univ. J. of Philosophy, Sociology and Political Science*, no. 65, pp. 141–153. DOI: 10.17223/1998863X/65/14.
21. Kurapov, S.V. and Shilyaeva, A.S. (2022), "'Hero of our time" through the eyes of youth, oriented to the IT sphere", *Patriotizm v rossiiskom obshchestve* [Patriotism in Russian society], SPb., RUS, April 15 2022, pp. 74–78.
22. Kurapova, A.S., Kurapov, S.V., and Sergeev, M.N. (2023), "Conditions of socialization of military personnel during military service on conscription (on the example of sociological diagnostics of value orientations of conscripts)", *Information – Communication – Society*, SPb., RUS, Feb. 2–3 2023, pp. 187–192.

Information about the authors.

Anna S. Kurapova – Can. Sci. (Sociology, 2018), Associate Professor at the Department of Sociology and Political Science, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov str., St Petersburg 197022, Russia. The author of 37 scientific publications. Area of expertise: sociology of youth, sociology of identity, sociology of the Cossacks.

Sergey V. Kurapov – Can. Sci. (Sociology, 2021), Associate Professor at the Department of Culture of the Cossacks, K.G. Razumovsky Moscow State University of Technologies and Management (the First Cossack University), 73 Zemlyanoy Val str., Moscow, 109004, Russia. The author of 26 scientific publications. Area of expertise: sociology of youth, sociology of identity, sociology of the Cossacks.

Alexandr B. Ilchenko – Assistant to the Head of the Federal Agency for Youth Affairs, 2/1, bldg. 2 Bolshoy Trekhsvyatitelsky lane, Moscow 109028, Russia. Area of expertise: sociology of youth, ethnosociology, sociology of Cossacks, sociology of interethnic relations.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 17.09.2023; adopted after review 20.10.2023; published online 21.12.2023.*