



УДК 316.4.051.63  
DOI: 10.19181/snsp.2023.11.4.3  
EDN: PFAIWY

Научная статья

## ГЕРОИЗМ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ РАЗМЫШЛЕНИЙ О СТРАНЕ И ЕЁ БУДУЩЕМ: ОЦЕНКИ ПОКОЛЕНИЙ

Мария Александровна Подлесная<sup>1</sup>  
Илона Валерьевна Ильина<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Институт социологии ФНИСЦ РАН,  
Москва, Россия,  
[yamap@yandex.ru](mailto:yamap@yandex.ru),  
ORCID 0000-0002-2159-4958

<sup>2</sup>Тюменский государственный университет,  
Тюмень, Россия,  
[i.v.ilina@utmn.ru](mailto:i.v.ilina@utmn.ru),  
ORCID 0000-0003-3118-2372

**Для цитирования:** Подлесная М. А., Ильина И. В. Героизм через призму размышлений о стране и её будущем: оценки поколений // Социологическая наука и социальная практика. 2023. Т. 11, № 4. С. 53–77. DOI 10.19181/snsp.2023.11.4.3. EDN PFAIWY.

**Аннотация.** Феномен героизма достаточно многогранен, его можно рассматривать как репрезентации коллективной памяти, а можно через призму отношения к стране и её будущему. Теоретическая база исследования основывается, с одной стороны, на философском анализе семантических значений понятий «герой», «героизм», причём в разных культурах, определяется констант отечественной семантики героя, с другой стороны – на социологической теории Н. К. Михайловского и теории социального действия, в частности – аффективного (пограничного), а также на разработках креативной и реляционной теорий (М. Эмирбайер, А. Мише), реляционной социологии П. Донати. Эмпирическую часть исследования составляет анализ данных котируемого онлайн-анкетирования со стихийной выборкой, осуществлённого в начале 2023 года исследовательской группой социологов и философов Института социологии ФНИСЦ РАН, Тюменского государственного университета, Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского. В опросе приняли участие 1 350 человек из восьми федеральных округов РФ. Результаты исследования показали, что герои и героическое остались для многих россиян преимущественно в советском прошлом, когда с детства были известны имена, лица и судьбы героев и вся эпоха была героической. Героизм идеологически подерживался и социально конструировался. В настоящем герой, как правило, обезличен и связан с группой (военной, профессиональной). Самостоятельно назвать героя вызывало особую сложность у постсоветских поколений, т. к. долгое время не было социального запроса на данный тип личности и поведения. В отношении современной России половина опрошенных испытывают положительные чувства гордости, надежды и любви, но были и те, кто чувствует тревогу, разочарование

© Подлесная М. А., 2023  
© Ильина И. В., 2023

и стыд. Более того, кластеризация ответов показала, что чувство к России носит вариативный, не исключительно дихотомичный характер. Одновременно респонденты могли указать, что испытывают и любовь, и разочарование, и надежду. По поводу будущего – у респондентов гораздо яснее образ собственного будущего (70% и более), чем будущего страны. Советское поколение в отношении образа будущего страны было более оптимистично, чем постсоветские. Это может указывать, как и ряд других признаков, на то, что постсоветские поколения оказались в ситуации, когда не только не было запроса на героический тип личности, но и образ будущего страны слабо или плохо артикулировался государством, поэтому сформировалось представление о собственном будущем, которое видится яснее и вне зависимости от целеполагания государства, а герои и героическое связываются преимущественно с советским прошлым.

**Ключевые слова:** героизм, герой, патриотизм, отношение к стране, образ будущего, теория поколений

## Введение

Исследование феномена героизма было предпринято в начале 2023 года, т. е. специальная военная операция на Украине к этому времени шла уже год. Поэтому вместе с различными актуализировавшимися общественными дискурсами о будущем России, единстве страны, её самоопределении, возникла и данная тематика, а вместе с ней и вопросы: кого сегодня называют героем? что, в представлениях россиян, является героизмом?

Прежде чем были проведены полевые работы, исследовательским коллективом, в который входили не только социологи, но и философы, была проработана теоретическая база исследования.

Философский анализ строился на семантическом разборе понятий «герой», «героизм», причём в разных культурах, а также на их хронотопном (в значении Бахтина) измерении. В итоге удалось зафиксировать констант отечественной семантики героя как «освободителя», «победителя», отличного, например, от пришедшего в Россию в XVIII веке французского референта «héros», берущего своё начало в древнегреческом языке в значении «полубог» и означающего в итоге «удачливого индивидуума». Таким образом, до XVIII века герой и героизм (как его видимый атрибут и качество) на русской почве были лишены французских наслоений. В этом была обнаружена первая особенность образа «русского героя», смысловой акцент которого не на успешности, а на спасении, освобождении (кого-то от чего-то).

Вторая особенность образа «русского героя» проявилась при использовании концепта хронотопа: героизм пришлось рассматривать шире, чем ставшее привычным в науке схематичное «путешествие героя» (из-

начально представленное в анализе сказок В. Проппа [1] и затем масштабно проработанное Дж. Кемпбеллом [2]), а именно – как социальное действие героя и социальное его отношение с толпой. Подобный ракурс проявился, когда исследование подошло к изучению отечественной традиции исследований героя в социологии, берущей своё начало в трудах Н. К. Михайловского. Для Николая Константиновича понятие «герой» носит универсальный характер, связанный с его отношением с толпой: герой первым «ломает лёд», он первым делает решительный шаг, тем самым задаёт направление другим [3].

В итоге на теоретическом этапе осмысления темы героя были задействованы социологические концепции социального действия, в частности – аффективного (пограничного), а также разработки креативной и реляционной теорий (М. Эмирбайер, А. Мише), позволяющие говорить о творческом потенциале любого социального действия, который (потенциал) приводит к изменению образцов действия, само же социальное действие мыслить как интегративное [4], где естественным образом сочетаются творчество и стандарт, свобода действий и правила [5]. Отметим, что подобное осмысление героизма в сугубо социологическом ключе через социальное действие и отношение оказалось созвучным философскому концепту хронотопа, при котором наличествуют как *регион бытования* (место обитания) героя, так и *участок дисциплины* (пространство взаимодействия системы понятий, представлений, образов и метафор о пространственно-временных характеристиках героического) и *участок действия* героя [6].

Акцент, сделанный на *отношениях* героя и толпы, привёл к необходимости включить в теоретический аппарат исследования положения итальянского социолога П. Донати, основателя реляционной теории, для которого, в отличие от критикуемого им М. Эмирбайера [7], «социальные отношения – это эмерджентные эффекты, происходящие из морфостатических/морфогенетических процессов, в которых как субстанции, так и отношения в равной мере являются принципами реальности» [8, с. 12]. Здесь главной является идея эмерджентных эффектов (возникающего реляционного блага или зла), которые рождаются в результате отношений, в том числе героя, действующего в отдельных случаях изначально аффективно и захватывающего(подчиняющего) своим импульсом всех остальных.

Проведя подробный анализ от семиотики понятия героя до конкретных социологических теорий, изучающих отношение героя и толпы, следует остановиться на тех тенденциях, которые существуют сегодня в науке при изучении героя и героизма. Назовём их.

Первое. В настоящее время происходит смена акцентов: если в советское время героями были конкретные люди, имеющие свои имена, голо-

са, места проживания и, соответственно, места памяти, почитания, то сегодня герои мало кому известны и как бы безымянны, без собственной истории, голоса и лица [9]. С развитием социальных сетей, блогосферы и прочих направлений массовой цифровой культуры героями также становятся знаменитости (селебрити), чей век не только скоротечен, но и чьи личные качества больше о квази- и лжегероизме [10].

Герой и его поступки не только неоднозначны, но и масштаб его влияния обладает тем же свойством сингулярности, что и социальные сети, интернет, которые активно задействованы сегодня. Наиболее ярким примером тому служит история Эдварда Сноудена, который стал героем для одних и антигероем для других в течение очень короткого времени, когда после активизации всемирно известного сообщения в сети о тотальной слежке американских спецслужб за информационными коммуникациями между гражданами многих государств в считанные месяцы привлёк к себе внимание почти более 1,7 млн человек, что в терминологии некоторых западных учёных (в частности Кларка и др.) является наглядным проявлением так называемого «расширенного разума» [11], распространением риторики героя до безграничных горизонтов и пространств [12]. В этом смысле герой и толпа (коллектив) оказались ещё более связаны и переплетены, чем прежде. Коллективный героизм в сетевом обществе стал его неотъемлемой частью. А в науке заговорили о появлении нового архетипа героя – кибергероя [13], одними из главных характеристик которого называются альтруизм, причастность к цифровым технологиям и в связи с этим инклюзивность. Важно при этом, что с появлением новых представлений о герое возникла необходимость единого взгляда на героизм на глобальном уровне: заговорили о выработке подходящего морального кодекса, которым можно было бы руководствоваться при совершении выбора. Считается, что этот кодекс должен учитывать мудрость традиции, но быть при этом направлен в будущее, а не в прошлое [14]. Подобная интеллектуальная установка европейских авторов представляет интерес, так как в данном исследовании также выяснялось, в какие временные рамки устремлён взгляд россиян с точки зрения их представлений о героизме (в прошлое, настоящее, а может быть, в будущее), насколько само будущее, как страны, так и их собственное, актуализировано. Взаимосвязаны ли эти вещи и каким образом? Правда, в отличие от европейских авторов, для которых важны создание единого, глобального морального кодекса и актуализация героизма для борьбы за демократию во всём мире, для нас интерес представляют, прежде всего, научные, а не политические цели.

В литературе появляются заявления, что героизм как видимое проявление героя – предельно простое понятие: с одной стороны, героизм – это

социальная атрибуция, которая исторически, культурно и ситуационно детерминирована [15], с другой стороны, героический поступок – личный выбор, сопряжённый с преодолением угроз, страха, риска. И здесь герой соотносится с понятием власти, которая позволяет быть над кем-то, управлять кем-то именно по причине способности решительно побеждать собственные страхи и опасности. Цель героя – «ликвидировать недостаток (любви, денег или власти)» [10, с. 454]. Добавим, что это ещё восполнение дефицита справедливости. Следуя концепции «путешествия героя», в этом смысле герой проходит путь, в котором либо обретает утраченное, либо находит совершенно что-то новое.

Второе. Масштаб героизма может различаться – от «героизма вождей» как «двигателей истории» до «массового героизма» и «героизма подчинения» [16]. Первый не только служит обществу, но и меняет образ мира (осуществляя, например, в том числе разрыв с традицией), второй ориентирован на безопасность и сохранение. Подобные интерпретации героизма тесно связаны с изучением героя в контексте мобилизации человеческих сверхэнергий в условиях войн и были предложены в своё время философом прагматизма У. Джеймсом (см.: [17]).

Типы героического действия в зависимости от риска разделяют на: 1) военный, когда рисковать приходится подолгу службы, 2) гражданский, когда рискуют по личным убеждениям, 3) и социальный, при котором риск сопряжён с общественным порицанием, утратой доверия, финансов, репутации, социального статуса и т. д. [15;18].

Кроме того, можно говорить об «истинных» и «ложных» героях, реально существующих и «воображаемых» (в том числе это мифологические и литературные герои, герои игр, мультфильмов и кино [19]), связанных с конкретной областью и социальным институтом (религиозный, политический, военный герой, герой науки, труда и т. д.).

Третье. В настоящее время с развитием психоаналитических направлений в социологии и антропологии, с интересом к аффекту и бессознательному в целом, наблюдается смещение акцента с институциональной трактовки героя на его субъектность, где герой и героизм предстают как субъект и действие «мучительных поисков себя посредством болезненного дистанцирования от своего окружения» [20, с. 435]. В итоге маркерами героизма выступают «улавливание “духа эпохи”» и «воплощение чаяний поколений» [20, с. 435].

Подытоживая всё вышеизложенное, отметим, что подобный анализ позволил сформировать собственные теоретические модели исследования и выйти на полевой этап работы, который был проведён в марте 2023 г. в восьми федеральных округах РФ, включая новые российские территории Донецкой и Луганской областей. Проект носил разведыва-

тельный, пилотажный характер и в настоящее время проходит этап объяснения полученных результатов.

Отметим, что сами данные свидетельствуют о том, что явление героизма весьма объёмно. По этой причине в одной из своих статей авторы уже освещали героизм как репрезентации коллективной памяти [21]. В этой работе хотелось сделать акцент на открытых вопросах исследования, которые позволяют представить субъективные оценки опрошенных в отношении того, кого они считают героем, что называют героизмом применительно к происходящим сегодня событиям в стране, отношению к стране и её будущему. Здесь рассматривается героизм как явление социального конструирования. Заметим, что подобный ракурс предлагался и ранее в работах главным образом зарубежных авторов, причём само видение процесса социального конструирования героизма претерпело в научных работах существенное изменение: от разбора архетипических героев былин и сказок, вообще классических произведений, где главным в конструировании оказывалось «героическое воображение» [22], до анализа институциональных, в основном сетевых форм конструирования, под которые теперь создаются целые платформы, например Avaaz.org и др. [23]. В исследовании были применены иные критерии конструирования, прежде всего – воспитание патриотизма, отношение к стране в целом, видение своего будущего в будущем страны в целом. Последнее особенно связано с имеющимся у государства целеполаганием, той идеей, которая не только объединяет общество, но и показывает путь, направление развития. Предполагается, что герой гораздо заметнее появляется в том обществе, где есть запрос на него, а запрос, в свою очередь, зависит от больших или малых идей, которые ставит государство перед собой и нацией.

Полевой этап включал в себя проведение массового опроса с помощью онлайн-анкетирования, в котором приняли участие 1350 человек. Использование Google Forms позволило задать обязательность ответов на все вопросы анкеты. В анкете двадцать восемь вопросов, она состоит из разных смысловых блоков, включающих открытые вопросы с возможностью развёрнутого ответа или с возможностью дать несколько ответов, как в случае предложения назвать героев или перечислить качества героизма, а также в случае полузакрытых вопросов про отношение к стране и её будущему. В соответствии с процедурой квотирования, которая была предусмотрена в отношении пола, округов и поколений, была разослана онлайн-анкета по региональным вузам, администраторам соответствующих региональных социальных сетей, пользователям социальных сетей, которые соответствовали критериям квотирования и проживали в нужном для исследования регионе (округе). По мере заполнения онлайн-анкеты и формирования исследовательской базы данных происхо-

дила корректировка по полу, округу, поколениям в соответствии с установленными квотами. Предполагалось, что соблюдение определённых пропорций в соотношении мужчин/женщин, представленности округов и т. д. даст репрезентативный результат, без явных смещений в сторону той или иной группы, того или иного округа. Наименьший репрезентативный результат в связи с этим был достигнут в отношении поколений (о чём ниже).

Было опрошено 25% респондентов в Центральном округе (как самом многочисленном в РФ, с городом федерального значения – Москва), 15% в Северо-Западном (как втором по значимости округе в РФ, с городом федерального значения – Санкт-Петербург) и по 10% респондентов в остальных округах (Приволжский, Южный, Уральский, Дальневосточный, Северо-Кавказский, Сибирский). В опросе приняли участие почти 40% мужчин и 60% женщин.

Поскольку была задействована типология поколений, предложенная В. В. Радаевым, в исследовании представлены ответы респондентов советских (24,9%) и постсоветских поколений (75,1%).

Учитывая тот факт, что проводилось онлайн-анкетирование, со свойственной ему стихийной выборкой, стоит несколько слов сказать об ограничениях исследования. Первое связано с недобором анкет среди первых двух поколений советского времени (мобилизационного и поколения оттепели). Это обусловлено, в том числе отсутствием доступа к заполнению онлайн-анкет представителей самых старших поколений. Была предпринята попытка сделать добор с помощью офлайн-анкетирования, но это не сильно исправило ситуацию, так как анкета для людей глубоко пожилого возраста оказалась сложной. Была проведена процедура взвешивания данных, и ответы первых трёх поколений объединили в одну категорию, обозначив её как ответы представителей «советского поколения» [24, с. 49].

Второе ограничение – неравномерность ответов, связанная со сбором онлайн-анкет в различных субъектах Российской Федерации. Где-то их заполнение происходило интенсивно и с большой заинтересованностью со стороны опрашиваемых (как например, в Приволжском федеральном округе), где-то, напротив, медленно и вяло (как в Дальневосточном федеральном округе). Предполагается, что это связано не только с ограничением онлайн-анкетирования с его стихийной выборкой, но и с особенностями установок жителей этих регионов, оказывающих большее или меньшее доверие к опросам.

Отметим также, что в исследовании приняли участие люди с высшим уровнем образования (65% закончили вузы), в том числе с научными степенями и званиями (почти 11%). Рассылка онлайн-анкеты была наме-

ленно сделана в том числе среди научных сотрудников и коллег авторов данной статьи, так как эта группа зачастую оказывается вне поля зрения массовых опросов, а её влияние на общество, особенно на студенческую молодёжь, довольно велико.

## Результаты исследования

В данной статье представлены преимущественно те результаты исследования, которые получены при анализе ответов респондентов на ряд открытых вопросов о понимании героя и героизма россиянами, а также ответов респондентов на полузакрытые вопросы, затрагивающие их отношение к своей стране, которое, как предполагалось, тесно связано с проблемой героизма. Отношение к стране – достаточно сложный конструкт, включающий и чувства к стране, и патриотизм, и образ будущего, а также героизм как действенную, активную позицию, в подлинном выражении имеющую нравственную окраску и основывающуюся на как минимум отсутствии безразличия к своей стране.

Распределение ответов на вопрос со множественными вариантами ответа о чувствах, которые вызывает слово «Россия», следующее: гордость отметили в 53% случаев, 46% респондентов назвали надежду и, наконец, любовь указали в качестве ещё одного варианта ответа 44% опрошенных. Это основные чувства, которые возникают в отношении своей страны: гордость, надежда, любовь. Но вместе с тем были и такие ответы, которые говорили о тревоге (18%), разочаровании (10,6%) и стыде (5,3%). Подобных состояний значительно меньше, но они также есть, что указывает на то, что среди опрошенных были не только те, кого сегодня называют «ура-патриотами», но и критически настроенные россияне. Интересно, что данный вопрос, обращённый, прежде всего, к эмоциям, при условии возможности выбрать несколько вариантов ответа, дал различные группы кластеров, в которых при прочих равных могли быть названы и любовь, и разочарование, и надежда. Подобные, казалось бы, противоречивые комбинации вскрывали куда более сложное отношение к своей стране, чем исключительно положительное или отрицательное, что, на наш взгляд, больше соответствует реальности, чем любые дихотомии.

На множественный вопрос о том, в чём заключается подлинный патриотизм, были получены не менее интересные распределения: в 68% случаев, по мнению респондентов, подобный патриотизм заключается в желании сделать для страны и людей что-то полезное, изменить жизнь к лучшему на своём конкретном месте. Ещё 36% ответов указывают, что быть подлинным патриотом означает знать своё героическое прошлое. Треть опрошенных видят патриотизм в следовании традиционным цен-



ностям и в поддержке традиционной семьи. Помощь своей экономике как проявления подлинного патриотизма нашли отклик у 16% опрошенных, а критика государства и требование демократических изменений – у 10%. То есть консервативная, традиционная повестка в этом плане более созвучна нашим респондентам, чем либерально-критическая.

Весьма интересными оказались ответы на тот же вопрос о подлинном патриотизме, рассмотренные через призму поколенческой специфики (см. табл. 1). Из анализа были исключены маловыразительные с точки зрения цифр ответы, например – «поддержка своей экономики», и был включён в качестве ещё одного маркера лояльности, конформизма такой вариант ответа, как «поддержка СВО на Украине».

Таблица 1

*Представление о подлинном патриотизме респондентов  
советского и постсоветских поколений, 2023 г., % \**

Подлинный патриотизм заключается в следующем:	Совет- ское поколе- ние n=337	Постсоветские поколения		
		Реформен- ное	Миллениа- лы	Поколе- ние Z
		n=337	n=337	n=339
Желании сделать для страны и людей что-то полезное, изменить жизнь к лучшему на своём конкретном месте	65,2	66,2	73,7	69
Знании героического прошлого	22,1	39,3	43,1	39,6
Следовании традиционным ценностям и поддержке традиционной семьи	39	24,8	30,3	32,3
Критике государства и требовании демократических изменений	10,3	12,4	10,4	8,8
Поддержке СВО на Украине	23,8	16,2	20,8	14,9

\* Вопрос задавался как совместный, то есть предполагал выбор нескольких ответов одним респондентом.

Удивительно, но самым лояльным, консервативным и традиционным поколением с точки зрения ответов на вопрос о подлинном патриотизме являются миллениалы. Среди советского поколения больше всего тех, кто подлинный патриотизм связывает с поддержкой СВО на Украине (почти 24%), в отличие, например, от реформенного поколения и поколения Z, где доли выбравших этот вариант ответа заметно меньше

(16 и 15% соответственно). При этом среди респондентов реформенного поколения, в сравнении с другими поколениями, мало голосов набрал и такой вариант ответа, который связывает подлинный патриотизм со следованием традиционным ценностям и с поддержкой традиционной семьи (24,8%). Для поколения, чье рождение и взросление пришлось на беспокойные 70–90-е гг. XX в., подобное мнение кажется вполне оправданным. Отметим, что по каким-то причинам представители советского поколения, в сравнении с постсоветскими, меньше всего связывают подлинный патриотизм со знанием героического прошлого страны. Возможно, причина в том, что именно их долгое время стыдили за советское прошлое, находя во многих достижениях СССР различные изъяны. То есть они на себе испытали то, что знание героического прошлого не обязательно приводит к подлинному патриотизму. История может искажаться, а исторические, в том числе славные героические ее достижения могут обесцениваться. Те, кто еще вчера были героями, сегодня могут быть исключены из них, и наоборот.

Еще один вопрос с множественными вариантами ответа в анкете выяснял, что объединяет людей в нашей стране. Ответы распределились следующим образом: первую тройку наиболее популярных ответов составили общая история и память (66%), язык (46%), государство (почти 34%). Обратим внимание, что хотя государство и не лидирует с точки зрения фактора объединения страны, но является пока одним из основных значимых ее элементов. Еще одна группа ответов указывает на такие условно второстепенные факторы объединения, как обычаи (23%), земля, общая территория (почти 22%), православная вера (21%), национальные герои (20%).

В таблице 2 приведено распределение ответов на вопрос о факторах и субъектах объединения страны респондентами советского и постсоветского поколений.

В данном случае вновь отличились миллениалы, которые, в сравнении с другими поколениями, обратили внимание на значимость таких факторов, как обычаи, праздники, земля. Для других они малозначимы, особенно общие праздники и территория. Не менее интересны распределения ответов получены у респондентов советского поколения, чьи оценки важности общей истории и памяти в процессе объединения нашей страны значительно выше, чем в других поколениях. Понимая, что не всегда знание героического прошлого своей страны приводит к подлинному патриотизму, тем не менее респонденты советского поколения большое значение придают общей истории и памяти в объединении страны. Особенно их оценки этого фактора отличаются от оценок первого постсоветского реформенного поколения (70% против 62%). Здесь же обращает

Таблица 2

Факторы и субъекты объединения страны по оценкам респондентов  
советского и постсоветских поколений, 2023 г., % \*

Факторы и субъекты объединения страны	Советское поколение n=337	Постсоветские поколения		
		Реформенное n=337	Миллениалы n=337	Поколение Z n=339
Общая история и память	70,2	62	66	65,9
Язык	50	40,6	48,8	45,1
Государство	35,7	33,3	34	32,3
Православная вера	32,5	21,4	12,9	17
Национальные герои	26	20,1	18,1	16,9
Обычаи	24	22,6	24,5	22,4
Праздники	8,7	14,5	23	13,3
Земля	17	17,1	29,4	24,2

\* Вопрос задавался как совместный, то есть предполагал выбор нескольких ответов одним респондентом.

на себя внимание тот факт, что именно для респондентов советского поколения значимым фактором объединения является православная вера. Это особенно интересно в контексте всего массива данных, где советское поколение не проявляло сильной лояльности или интереса к православию в целом. Заметим, что для последующих постсоветских поколений православная вера в качестве объединяющего фактора страны называется заметно реже. Для миллениалов этот фактор оказывается почему-то наименее важным. У поколения Z в качестве одного из менее важных объединяющих факторов выступили национальные герои, которые назывались объединяющей силой страны лишь в 16,9 % случаев.

Вообще стоит отметить, что при различиях оценок среди поколений на факторы объединения страны, есть один из факторов, по которому заметно определённое межпоколенческое согласие. Практически все поколения (примерно треть всех оценок) сходятся во мнении, что государство является устойчивым фактором объединения страны. Данные нашего опроса свидетельствуют о том, что во всех поколениях россиян, в том числе совсем молодых, у части опрошенных есть установка: государство является и остаётся гарантом единства страны.

Таким образом, из представленных данных можно сделать общий вывод, что опрошенные респонденты в целом лояльны к стране и государ-

ству, верят в необходимость общей памяти и истории с точки зрения единства страны, считают, что подлинный патриотизм – прежде всего деятельный, когда каждый меняет жизнь к лучшему на своём месте. В этом проявляется конформизм респондентов, их желание сохранения как прошлого (памяти), так и настоящего, – позиция, которая подразумевает в том числе поиск стабильности.

Отталкиваясь от этого, перейдём к анализу открытых вопросов о том, кого респонденты называли в качестве героев и почему. Отметим, что анкета была составлена таким образом, что герои и героизм как субъект и действие выявлялись в анкете в том числе с помощью полуоткрытых вопросов. Открытые вопросы давали возможность зафиксировать, как сами респонденты понимают героя, какого масштаба выделяемые ими герои, к какому типу героического действия их прежде всего можно отнести. Чаще всего это реальные или воображаемые герои? Подлинные или квазигерои? Далее можно было судить о тех следах, которые оставляют/оставили названные герои, то есть о так называемых эмерджентных эффектах.

Всего было получено 2616 ответов от респондентов на вопросы о том, кого они считают героем и какие поступки героическими. Анализ дал следующее распределение ответов (приведём данные  $\geq 8\%$ ): полководцев, без конкретных имён, в качестве героев назвали 15,5% опрошенных, ещё 13,4% ответов мы обозначили как «другое», в них вошли всевозможные ответы, трудно поддающиеся классификации. Далее были выделены герои поимённо, прежде всего военачальники периода Российской империи – Суворов (почти 12%), Кутузов (10,5%). Назывались также дети – пионеры-герои Великой Отечественной войны (Матросов, Котик, Казей, Голиков, Портнова и т. д., почти 10%), советский космонавт Юрий Гагарин (9,4%), опять же из советского прошлого – маршал Жуков (9,2%), Иосиф Сталин (8,2%), Зоя Космодемьянская (8%). Обратим внимание на несколько особенностей: во-первых, к героям отнесены преимущественно военные, а героическим считается военное действие; во-вторых, значительная часть героев поименована, мы знаем их лица, в той или иной степени судьбы, места памяти; в-третьих, большинство из них – герои советской эпохи.

Рассмотрим теперь ответы на открытый вопрос о героях в поколенческом срезе. Они представлены на рисунке 1.

Начнём с советского поколения, так как именно здесь множество различных мнений. Наиболее героической фигурой представляется данному поколению А. В. Суворов. Заметим, что предпочтений исключительно советских героев именно у этого поколения не обнаруживается. Напротив, Сталин и Ленин выбираются советскими людьми гораздо реже, чем другими

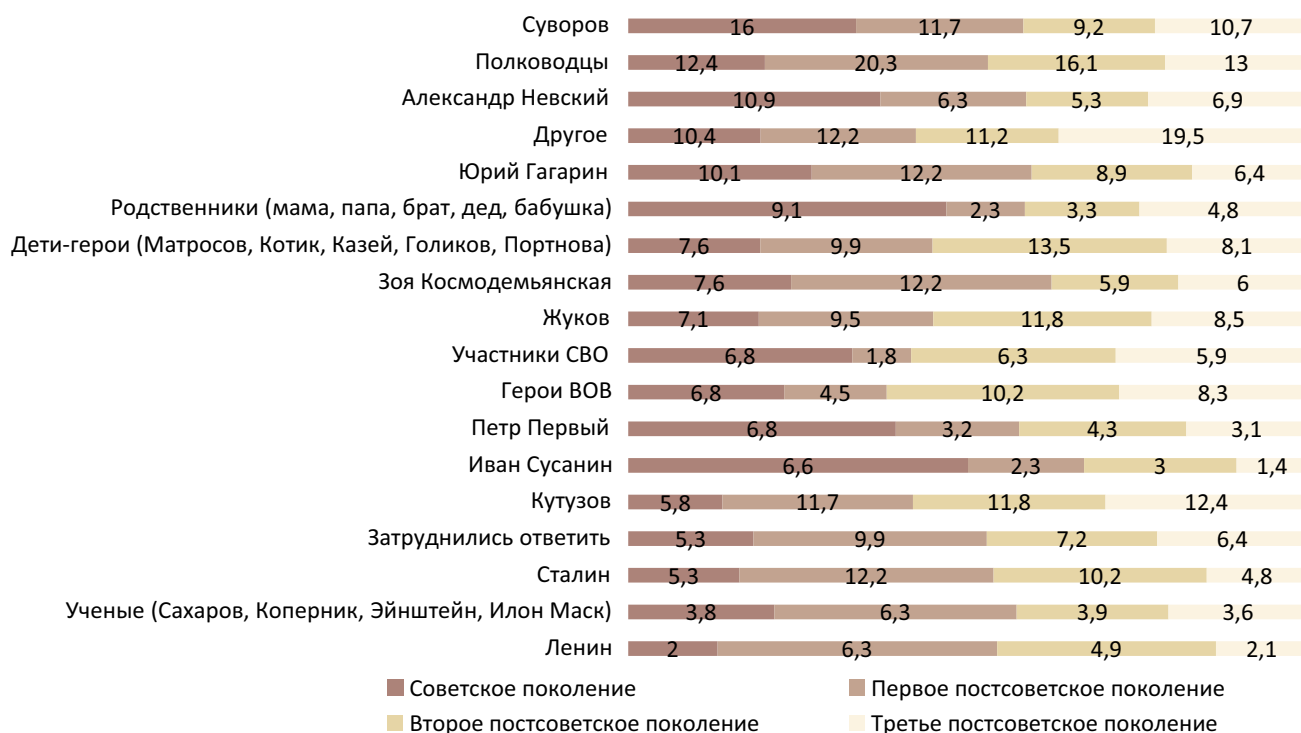


Рис. 1. Герои в ответах респондентов советского и постсоветских поколений, 2023 г., %

поколениями. Среди отмеченных героев нет ни героев труда, ни героев комсомольцев, вместо них много голосов (больше, чем в других поколениях) получают князь Александр Невский или ближайшие родственники респондентов (возможно, имелись в виду те родственники, которые совершали военные или трудовые подвиги в годы Великой Отечественной войны или в послевоенное время). Примечательно, что именно личность Александра Невского привлекала особое внимание большевиков: от его полного забвения в первые десятилетия советской власти до реабилитации в 1937 году, когда произошла в определённом смысле «советизация Александра» и когда были признаны его заслуги как воина в борьбе, прежде всего, с немецкой экспансией [25].

Похоже, что для респондентов советского поколения некоторые исторические личности (такие, как Сталин, Ленин) не только табуированы, но и оценка их деятельности неоднозначна. Возможно, что это отголоски хрущёвского развенчания культа личности, а может быть – последствия активной пропаганды 1990-х, когда об СССР стало модно говорить критически.

Примечательно, что довольно близкие оценки в отношении личности Сталина как героя выявлены у советского (5,3%) и третьего постсоветского (4,8%) поколений. Первое и второе постсоветские поколения в два раза выше оценивают героизм «вождя народов» – 12,2 и 10,2% соответ-

ственно. Такая ситуация может быть связана с идеализацией потерянного советского прошлого и его лидеров первыми поколениями после распада СССР. Даже такие политические деятели, как Троцкий и Берия, известные своими многочисленными репрессиями, были самостоятельно названы в числе героев представителями трёх постсоветских поколений (5,9%, 3,9% и 2,4% соответственно).

Герои Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. чаще назывались в качестве героев поколениями миллениалов (10,2%) и Z (8,3%). Респондентами советского и первого постсоветского реформенного поколения участники Великой Отечественной войны вспоминались в этом контексте реже. Впрочем, как и участники спецоперации, чей героизм был отмечен, например, не более 1,8% опрошенных первого постсоветского поколения.

Заметим, что представители реформенного поколения и миллениалы гораздо чаще называли в качестве героев не конкретных людей, а полководцев в целом. А для поколения Z и вовсе характерно обозначать героями самых разных персонажей, что вызвало у нас затруднение при их классификации. Мы отнесли эти ответы в категорию «другое». Видимо, общемировые тенденции, о которых мы писали выше – популярность псевдогероев, обезличивание героев, смещение акцента с героя как примера для других людей на мучительные поиски самого себя, – частично просматриваются и в данном исследовании, среди наиболее молодых респондентов.

Подводя итог о представлениях о героях у разных поколений наших соотечественников, можно сделать вывод, что предпочтение отдаётся всё-таки военному героизму, в отличие от политического или гражданского. При этом герои – это масштабные личности, деяния которых позволяют сберечь или приумножить страну (например, Г. К. Жуков, М. И. Кутузов, Александр Невский, А. В. Суворов), сделать её индустриально сильной (И. В. Сталин). Это вполне согласуется с конформизмом самих респондентов, с их желанием сохранения прошлого и настоящего, с поиском стабильности. Акцент делается скорее на величии духа, чем на таланте и мастерстве (как, например, в случае полководца А. В. Суворова).

Обратим внимание, что, называя самостоятельно героев, респонденты преимущественно вспоминали героев прошлого, главным образом советского. Данный факт свидетельствует не только о дефиците героев в настоящем (это, кстати, подтвердили ответы на заданный в анкете вопрос о том, когда героизма было больше: в прошлом или в настоящем), но и косвенно о том, что сама советская эпоха была героической, рождая запрос на героя, культивируя его образ в обществе (через искусство, кино). Эти результаты исследования позволяют говорить о героизме как о явле-

нии определённого социального конструирования, характерного для целых эпох. Сами эти эпохи могут быть героическими в силу определённых требований и запросов государства.

Что же такое героизм? На этот открытый вопрос было получено 1743 ответа (была возможность дать несколько ответов). Прежде всего, применительно к героизму назывались такие качества героев, как самопожертвование (22,3%), самоотверженность, самоотречение, умение поставить чужие интересы выше своих (16,8%), готовность совершить подвиг (13,4%), бесстрашие, храбрость, мужество (12,7%), положительные черты личности (8,6%). Для сравнения: в исследовании американских авторов выделены в качестве атрибуции героического восемь так называемых «великих черт»: ум, сила, жизнерадостность, самоотверженность, заботливость, харизматичность, надёжность, умение вдохновлять [26]. Как можно заметить, в российском варианте исследования значительная часть качеств не указывалась (например: ум, харизматичность, жизнерадостность), акцент респондентами делался на способности героя жертвовать собой, быть смелым, идти на риск.

Очевидно, что героизм для россиян – это положительные, одобряемые в обществе действия и поступки, то, что служит на благо других людей. Героизм, прежде всего, связывается с сильной, мужественной личностью, готовой жертвовать собой. В этом смысле героизм как общественное явление, сложившийся стереотип прочитывается россиянами примерно одинаково. Посмотрим, есть ли поколенческие различия (см. табл. 3).

Основной характеристикой героизма для респондентов советского поколения является самоотверженность, самоотречение, умение поставить чужие интересы выше своих, что в меньшей степени нашло отклик у постсоветских поколений (может быть, за исключением поколения Z). Важно, что люди, рождённые и прожившие значительную часть в СССР, говоря о героизме, назвали такое качество, как честность, тогда как для всех последующих поколений это качество оказалось малозначимым. Чаще выделялись такие характеристики, как самопожертвование, а также бесстрашие, храбрость, мужество. Очевидно, что при общих представлениях о героизме всё же есть поколенческие особенности, связанные, например, с тем, что в годы СССР герой ещё и правдолюбец, поэтому и героизм как зримое проявление действия героя отличается честностью.

Важно отметить, что самопожертвование, способность жертвовать собой ради другого трудно себе представить без любви к человеку. Но в том и парадокс, что лишь в 3,3% случаев любовь к людям упомянули представители советского поколения, а постсоветского – ещё реже (2,3% представителей первого постсоветского поколения и 1% – второго и третьего).

Таблица 3

Понимание героизма респондентами советского и постсоветских поколений, 2023 г., % \*

Понимание героизма	Советское поколение n=337	Постсоветские поколения		
		Реформенное n=337	Миллениалы n=337	Поколение Z n=339
Самоотверженность, самоотречение, умение поставить чужие интересы выше своих	22,5	13,5	13	18,1
Способность совершить подвиг	13	14,4	12	14,3
Самопожертвование	12,1	24,3	33	20,2
Положительные качества личности	10,4	10,4	5,6	8,1
Бесстрашие, храбрость, мужество	9,5	12,6	15,2	13,6
Честность	8,6	3,2	3,6	3,1
Другое	4,7	8,1	5,6	5

\* Задавался открытый вопрос, данные которого кодировались, затем на основании результатов этой процедуры делались расчёты.

Если не важна любовь к людям, то как же тогда герой может быть самоотверженным и оказывать помощь?

Также небольшое количество опрошенных среди всех поколений называли патриотизм как качество, необходимое для героя: от 4% представителей советского и третьего постсоветского поколения до 5% представителей первого постсоветского и 5,6% представителей второго постсоветского поколений.

Верность идеалам и ценностям как необходимые качества для героя назывались 4% представителей советского и первого постсоветского поколений, 5% представителей второго постсоветского поколения и только 3,1% представителей третьего постсоветского поколения.

Силе духа как качеству, сопутствующему героизму, немного больше внимания уделили представители советского (7,3%) и второго постсоветского (10,2%) поколений; для первого постсоветского оно в меньшей степени значимо (4,1%), третье постсоветское поколение занимает промежуточную позицию в оценке этого качества (6,6%).



Всё это говорит о том, что любовь к людям, патриотизм, то есть любовь к стране, верность идеалам и традиционным ценностям сегодня слабо актуализированы и не связаны в сознании людей с пониманием героя и героического.

В завершении анализа необходимо представить данные ответов респондентов на ещё один вопрос об образе собственного будущего и будущего страны. Этот вопрос был уместен в контексте изучения героизма, так как само действие героя темпорально задано: будучи ориентировано и направлено в будущее, оно в исключительных случаях может быть пророческим, иметь соответствующие эффекты на века.

Этот же вопрос представляется важным в условиях проведения страной специальной военной операции и ставит перед обществом сегодня задачу о её будущем. Отсюда, например, и частые отсылки к прошлому, к подвигам дедов и победам предков. Время в этом смысле как будто синхронизируется: будущее и прошлое становятся чем-то единым. Примечательно, что не последнюю роль в этом будущем будут играть те, кого впоследствии назовут героями.

Почти каждый третий респондент имеет образ своего личного будущего, определённые цели, ожидания и желания. При этом в отношении будущего страны вырисовывается менее чёткая картина: представление о будущем страны имеет лишь каждый пятый-шестой опрошенный.

О чём же это может говорить? Сделаем некоторые предположения. В первую очередь о том, что у подавляющего большинства людей есть свой собственный горизонт планирования, и в отношении страны тоже. Но есть нюанс, связанный с тем, что количество видящих своё будущее заметно выше количества тех, кто видит будущее страны. Возможно, сегодняшняя ситуация неопределённости в стране с трудом даёт представление о её будущем. И это ещё один, не менее интересный вывод исследования, так как фиксирует, что можно иметь образ своего будущего, не связывая его исключительно с будущим страны. Последнее может быть туманным, мало прогнозируемым и при этом слабо сказываться на представлениях о собственных перспективах. Подобный разрыв представляется весьма показательным, так как в нём просматривается потенциал отдельно взятой личности вне зависимости от внешних условий. В связи с этим интересно рассмотреть ответы на вопрос о собственном будущем и будущем своей страны, данные представителями различных поколений (см. табл. 4).

Во-первых, в таблице 4 наглядно видно влияние возраста респондентов на их ответы: более пожилые люди имеют менее чёткие представления об образе собственного будущего, чем люди среднего возраста, чья активность в настоящее время достигает своего пика. Во-вторых, чем моложе

Таблица 4

*Наличие представления о собственном будущем и будущем своей страны респондентов советского и постсоветских поколений, 2023 г., %*

Образ будущего	Советское поколение n=337	Постсоветские поколения		
		Реформенное n=337	Миллениалы n=337	Поколение Z n=339
Имеют представление об образе собственного будущего	67,4	79,9	74,4	72,1
Имеют представление о будущем страны	70,2	67,1	54,1	48,1

респонденты, тем менее чётко они видят будущее своей страны, оно для них неочевидно – при довольно хорошем понимании своего собственного будущего. Это тоже скорее возрастная особенность. Значимыми для нас оказываются данные, связанные с респондентами первого постсоветского реформенного поколения, которые в настоящее время наиболее активны в обществе с точки зрения профессиональной, трудовой деятельности: именно они заметно чаще отмечали, что имеют представление о своём будущем, и реже, чем опрошенные представители советского поколения, что имеют представление о будущем своей страны. И хотя доли видящих образ будущего страны во всех группах довольно высоки, надо заметить, что, начиная с первого постсоветского поколения, происходит их сокращение. Это очень симптоматично, особенно если учесть возрастные особенности поколения советских людей, которые в силу своего возраста всё меньше видят перспектив для себя, но которые не перестают верить в будущее страны. В каком-то смысле они более оптимистичны в отношении России, чем последующие поколения. То есть поколение рождённых и проживших значительную часть в СССР, в обществе, где героизм был возведён в некую общественную норму, заметно чаще готово представлять будущее страны, смотреть на него с воодушевлением. Это весьма интересный вывод, особенно в контексте происходящего, когда демонтаж идентичности (не только украинцев, что принято сегодня отмечать, но и русских) начинается с обесценивания прошлого страны, а затем и с посыла о том, что у такой страны нет своего будущего. Советское поколение в этом смысле чуть более устойчиво, чем последующие.

## Заключение

Итак, взятый в этой статье вектор на рассмотрение героизма как определённого социального конструкта дал весьма примечательные результаты. Во-первых, о героях и героическом чаще всего россиянами говорится не в контексте настоящего, а прошлого, т. е. их взгляд обращён назад, причём в основном в советское время, в ту эпоху, которая в целом и идеологически, и реально носила героический характер. В наши дни недостаточно образов героев, а героизм не относится к наиболее востребованным ценностям. Во-вторых, по оценкам представителей различных поколений, героизм и героическое были связаны в большей мере с военными действиями, которые позволяли сохранить и приумножить страну. При оценке нравственных качеств личности, приписываемых герою, наблюдается наличие некоего диссонанса: с одной стороны, более трети опрошенных всех поколений отмечают у героя наличие самоотверженности, а с другой – малозначимыми оказываются такие качества (любовь к людям, патриотизм, верность идеалам, честность и др.), без которых, казалось бы, жертвенность невозможна. Образуется какая-то неопределённость и даже путаница в нравственных категориях. То есть мало того, что сам конструкт героизма обращён в прошлое, причём, главным образом, в военное прошлое, так он ещё и слабо выверен с точки зрения нравственных характеристик. В настоящее время остро чувствуется недостаток нравственно верных объединяющих ориентиров.

Половина населения положительно относится к своей стране, остальные граждане – по-разному, но небезразлично, испытывая широкий диапазон чувств к ней. Более половины опрошенных в качестве солидаризирующего страну фактора указывают общую историю и память, тем самым подчёркивая важность исторического прошлого. Однако, существующая в научной среде и в СМИ множественность версий и интерпретаций исторического прошлого может привести к нивелированию этой объединяющей основы, что отчасти уже подтвердили и наши данные.

В завершение можно сказать, что большинство опрошенных граждан с выявленными оценками и представлениями по поводу героизма и отношения к стране подчёркивали его деятельностьную составляющую, направленную на улучшение жизни в своём регионе и в стране в целом.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. *Пропп В. Я.* Морфология волшебной сказки. СПб. : Питер, 2021. 256 с. ISBN 978-5-4461-1838-0. EDN **LROTGT**.
2. *Кэмпбелл Д.* Тысячеликий герой. СПб. : Питер, 2019. 480 с. ISBN 978-5-4461-1292-0.

3. Михайловский Н. К. Сочинения. Т. 6. СПб., 1885. 285 с.
4. Йоас Х. Креативность действия. СПб. : Алетейя, 2005. 320 с. ISBN 5-89329-782-9. EDN **QOERCL**.
5. Аксенова О. В. Роль профессионала-актера в российской системе управления : дис. ... д-ра социол. наук : 22.00.08 / Аксёнова Ольга Владимировна ; Ин-т социологии РАН. Москва, 2017. 450 с. EDN **JTНЕНК**.
6. Шевченко О. К. «Ялтинский мир» как хронотоп власти: истоки и перспективы бытования : дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.11 / Шевченко Олег Константинович ; Казанский (Приволжский) федеральный университет. Казань, 2021. 444 с. EDN **ОННЗFU**.
7. Маркина И. В. Реляционная социология Пьерпаоло Донати // Сетевой научно-практический журнал «Научный результат». Серия: Социология и управление. 2015. Т. 1, № 3. С. 43–54. DOI **10.18413/2408-9338-2015-1-3-43-54**. EDN **VBINUV**.
8. Донати П. Реляционная теория общества: Социальная жизнь с точки зрения социального реализма. М. : ПСТГУ, 2019. 312 с. ISBN 978-5-7429-1200-2.
9. Хлевнюк Д. О. Бернард Гизен. Триумф и травма // Социологическое обозрение. Т. 9, № 2. 2010. С. 112–117. EDN **NTYQNT**.
10. Субботина М. В. Амбивалентность героя в контексте изучения социального благополучия, или Поиски героического в новой социально-медийной реальности // Социологическое обозрение. 2020. Т. 19, № 3. С. 450–465. DOI **10.17323/1728-192x-2020-3-450-465**. EDN **GJLPFP**.
11. Clark A., Chalmers D. The extended mind // Analysis. 1998. Vol. 58, № 1. P. 7–19.
12. Klisanin D. Heroism in the Networked Society // Handbook of Heroism and Heroic Leadership / Eds. By Scott T. Allison, George R. Goethals, Roderick M. Kramer. New York : Routledge, 2017. P. 17. DOI **10.4324/9781315690100**.
13. Klisanin D. The hero and the Internet: Exploring the emergence of the cyberhero archetype // Media Psychology Review. 2012. № 4 (1). URL: <https://mprcenter.org/review/cyberheroes2/> (дата обращения: 06.05.2023).
14. Csikszentmihalyi M. The evolving self: A psychology for the third millennium. New York : Harper Perennial, 1993. ISBN 0-06-092192-7.
15. Franco Z., Blau K., Zimbardo Ph. Heroism: A conceptual analysis and differentiation between heroic action and altruism // Review of General Psychology. 2011. Vol. 15, № 2. P. 99–113. DOI **10.1037/a0022672**.
16. Кривощечекова Г. А. Герои и героизм в культурно-историческом бытии народов Европы и России: дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / Кривощечекова Гульнара Анваровна ; науч. рук. К. Г. Рожко ; Тюменский государственный институт искусств и культуры. Тюмень, 2003. 160 с.
17. Ramon del Castillo The Gospel of Heroism // The Jamesin Mind / Sarin Marchetti (ed.). London : Routledge, 2022. P. 233–245. DOI **10.4324/9780429029639-23**.
18. Trotsuk I. V., Subbotina M. V. Three questions to start the sociological study of heroism // RUDN Journal of Sociology. 2021. Vol. 21, № 1. 169–180. DOI **10.22363/2313-2272-2021-21-1-169-180**. EDN **EOZGIO**.
19. Троцук И. В., Субботина М. В. Оценка влияния кинематографа на социальные представления о героизме: апробация одного подхода // Коммуникология. 2018. Т. 6, № 4. С. 140–158. DOI **10.21453/2311-3065-2018-6-4-140-158**. EDN **XYZKFF**.
20. Троцук И. В., Субботина М. В. Феномен героизма: две «хронологические» интерпретации. Рецензия на книги: Кэмпбелл Дж. Тысячеликий герой. СПб. :

- Питер, 2017. 352 с.; Зорин А. Л. Появление героя: Из истории русской национальной культуры конца XVIII – начала XIX века. М. : Новое литературное обозрение, 2016. 568 с. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2017. Т. 17, № 3. С. 420–435. DOI [10.22363/2313-2272-2017-17-3-420-435](https://doi.org/10.22363/2313-2272-2017-17-3-420-435). EDN ZDWRDT.
21. Подлесная М. А., Шевченко О. К., Ильина И. В. Герои и героизм как репрезентации коллективной памяти // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2023. Т. 23, № 3. С. 503–524. DOI [10.22363/2313-2272-2023-23-3-503-524](https://doi.org/10.22363/2313-2272-2023-23-3-503-524). EDN WXMCXE.
22. Franco Z., Zimbardo P. The banality of heroism // Greater Good Science Center : [сайт]. September 1. 2006. URL: [http://greatergood.berkeley.edu/article/item/the\\_banality\\_of\\_heroism](http://greatergood.berkeley.edu/article/item/the_banality_of_heroism) (дата обращения: 06.01.2023).
23. Klisanin D. Collaborative Heroism: Exploring The Impact of Social Media Initiatives // Media Psychology Review. 2015. Vol. 9, № 2. URL: <https://mprcenter.org/review/collaborative-heroism-in-social-media-initiatives/> (дата обращения: 15.06.2023).
24. Радаев В. В. Миллениалы. Как меняется российское общество / В. В. Радаев ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики» ; 2-е изд. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. 224 с. ISBN 978-5-7598-1985-1. DOI [10.17323/978-5-7598-1985-1](https://doi.org/10.17323/978-5-7598-1985-1). EDN STOTFS.
25. Шенк Ф. Б. Александр Невский в русской культурной памяти: святой, правитель, национальный герой (1263–2000) / Ф. Б. Шенк ; авторизованный перевод с нем. Е. Земсковой и М. Лавринович. М. : Новое литературное обозрение, 2007. 592 с. ISBN 5-86793-506-X.
26. Allison S., Goethals G. Heroes: What they do and why we need them. New York : Oxford University Press, 2011. 230 p. ISBN 978-0199739745.

## Сведения об авторах

### М. А. Подлесная

кандидат социологических наук,  
ведущий научный сотрудник  
AuthorID РИНЦ: [661786](https://elibrary.ru/author_index.action?id=661786)

### И. В. Ильина

старший преподаватель  
AuthorID РИНЦ: [893346](https://elibrary.ru/author_index.action?id=893346)

## Вклад авторов:

М. А. Подлесная – концептуальная часть статьи, текст. И. И. Валерьевна – оформление статьи, редактура, критические замечания, один из организаторов полевых работ исследования.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Статья поступила в редакцию 22.07.2023; одобрена после рецензирования 17.10.2023; принята к публикации 01.11.2023.

Original article

DOI: 10.19181/snsp.2023.11.4.3

## HEROISM THROUGH THE PRISM OF REFLECTIONS ON THE COUNTRY AND ITS FUTURE: ASSESSMENTS BY GENERATIONS

**Mariia Alexandrovna Podlesnaia**<sup>1</sup>

**Ilona Valeryevna Ilina**<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Institute of Sociology of FCTAS RAS,  
Moscow, Russia,

*yamap@yandex.ru*,

ORCID 0000-0002-2159-4958

<sup>2</sup>Tyumen State University,  
Tyumen, Russia,

*i.v.ilina@utmn.ru*,

ORCID 0000-0003-3118-2372

**For citation:** Podlesnaia M. A., Ilina I. V. Heroism through the prism of reflections on the country and its future: assessments by generations. *Sociologicheskaja nauka i social'naja praktika*. 2023;11(4):53–77. (In Russ.). DOI 10.19181/snsp.2023.11.4.3.

**Abstract.** The phenomenon of heroism is multifaceted, and it can be viewed as representations of collective memory or through the lens of attitudes towards the country and its future. The theoretical foundation of this research is based, on the one hand, on a philosophical analysis of the semantic meanings of the concepts «hero» and «heroism», including variations in different cultures, and it defines the constants of the national semantics of heroism. On the other hand, it relies on the sociological theory of N. K. Mikhailovsky and the theory of social action, particularly the affective (borderline) theory. It also draws on the developments in creative and relational theories (M. Emirbayer, A. Mische), and relational sociology by P. Donati.

The empirical part of the study involves the analysis of data from quota-based online surveys with a random sample, conducted by a group of sociologists and philosophers from the Institute of Sociology of the FCTAS RAS, Tyumen State University, and Vernadsky Crimean Federal University at the beginning of 2023. The survey included 1350 respondents from eight federal districts of the Russian Federation. The research results showed that heroes and heroism remain predominantly associated with the Soviet past, when the names, faces, and destinies of heroes were known from childhood, and the entire era was considered heroic. Heroism was ideologically supported and socially constructed during that time. In the present, heroes are usually depersonalised and associated with a group, such as the military or professionals. Post-Soviet generations had difficulty naming a hero on their own, as for a long time there was no social demand for this type of personality and behaviour. Regarding contemporary Russia, half of the respondents expressed positive feelings of pride, hope, and love, while some felt concern, disappointment, and shame. Furthermore, the clustering of responses indicated that feelings towards Russia are variable and not exclusively dichotomous. Respondents could simultaneously express love, disappointment, and hope. As for the future, respondents were much clearer about their own personal future (70% or more)

than about the future of the country. The Soviet generation was more optimistic about the country's future compared to the post-Soviet generations. This, among other signs, may suggest that post-Soviet generations found themselves in a situation where there was not only no demand for heroic personalities but also the state did not articulate a clear vision of the country's future. Therefore, they have formed their own view of their personal future, which is seen more clearly and independently of the state's goal-setting, while heroes and heroism are primarily associated with the Soviet past.

**Keywords:** heroism, hero, patriotism, attitudes towards the country, image of the future, generation theory

## REFERENCES

1. Propp V. Ya. Morphology of a fairy tale. [Morfologiya volshebnnoj skazki]. St. Petersburg: Piter; 2021. 256 p. (In Russ.). ISBN 978-5-4461-1838-0.
2. Campbell D. The Thousand-faced hero. [Tysyachelikij geroj]. St. Petersburg: Piter; 2019. 480 p. (In Russ.). ISBN 978-5-4461-1292-0.
3. Mikhailovsky N. K. Essays. Volume 6. [Sochineniya. Tom 6]. St. Petersburg: 1885. 285 p. (In Russ.).
4. Joas H. Creativity of action. [Kreativnost' dejstviya]. St. Petersburg: Aletejya; 2005. 320 p. (In Russ.). ISBN 5-89329-782-9.
5. Aksenova O. V. The role of a professional actor in the Russian management system. [Rol' professionala-aktora v rossijskoj sisteme upravleniya: dissertaciya doktora sociologicheskix nauk]. Doctor of sociology dissertation: 22.00.08. Aksenova Olga Vladimirovna; [Place of defense: Institute of sociology of the Russian academy of sciences]. Moscow, 2017. 450 p. (In Russ.).
6. Shevchenko O. K. "Yalta world" as a chronotope of power: origins and prospects of existence. [«Yaltinskij mir» kak hronotop vlasti: istoki i perspektivy bytovaniya]. Candidate of philosophy dissertation: 09.00.11. Shevchenko Oleg Konstantinovich; [Place of defense: Kazan (Volga region) federal university]. Kazan, 2021. 444 p. (In Russ.).
7. Markina I. V. Relational sociology of Pierpaolo Donati. *Research result. Sociology and Management* = *Setevoj nauchno-prakticheskij zhurnal «Nauchnyj rezul'tat»*. *Seriya: Sociologiya i upravlenie*. 2015;(3):43–54. (In Russ.). DOI [10.18413/2408-9338-2015-1-3-43-54](https://doi.org/10.18413/2408-9338-2015-1-3-43-54).
8. Donati P. Relational theory of society: Social life from the point of view of social realism. [Relyacionnaya teoriya obshchestva: Social'naya zhizn' s tochki zreniya social'nogo realizma]. Moscow: PSTGU; 2019. 312 p. (In Russ.). ISBN 978-5-7429-1200-2.
9. Khlevnyuk D. O. Bernard Giesen. Triumph and trauma. *Sociological Review* = *Sociologicheskoe obozrenie*. 2010;9(2):112–117. (In Russ.).
10. Subbotina M. V. Hero ambivalence in the context of the study of social well-being, or the Search for the heroic in the new social-media reality. *Sociological Review* = *Sociologicheskoe obozrenie*. 2020;19(3):450–465. (In Russ.). DOI [10.17323/1728-192x-2020-3-450-465](https://doi.org/10.17323/1728-192x-2020-3-450-465).
11. Clark A., Chalmers D. The extended mind. *Analysis*. 1998;58(1):7–19.
12. Klisanin D. Heroism in the networked society. Handbook of heroism and heroic leadership. Scott T. Allison, George R. Goethals, Roderick M. Kramer, eds. New York: Routledge; 2017. 285 p. DOI [10.4324/9781315690100](https://doi.org/10.4324/9781315690100).

13. Klisanin D. The hero and the Internet: Exploring the emergence of the cyberhero archetype. *Media Psychology Review*. 2012;4(1). Available at: <https://mprcenter.org/review/cyberheroes2/> (accessed: 06.05.2023).
14. Csikszentmihalyi M. The evolving self: A psychology for the third millennium. New York: Harper Perennial; 1993. ISBN 0-06-092192-7.
15. Franco Z., Blau K., Zimbardo Ph. Heroism: A conceptual analysis and differentiation between heroic action and altruism. *Review of General Psychology*. 2011;15(2):99–113.
16. Krivoshchekova G. A. Heroes and heroism in the cultural and historical existence of the peoples of Europe and Russia. [Geroi i geroizm v kul'turno-istoricheskom bytii narodov Evropy i Rossii]. Candidate of Philosophy Dissertation: 24.00.01. Krivoshchekova G. A.; [Place of protection: Tyumen state institute of arts and culture]. Tyumen; 2003. 160 p. (In Russ.).
17. Ramon del Castillo. The Gospel of heroism. In: The Jamesin mind. Sarin Marchetti, ed. London: Routledge; 2022. P. 233–245. DOI [10.4324/9780429029639-23](https://doi.org/10.4324/9780429029639-23).
18. Trotsuk I. V., Subbotina M. V. Three questions to start the sociological study of heroism. *RUDN Journal of Sociology=Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Seriya: Sociologiya*. 2021;21(1):169–180. DOI [10.22363/2313-2272-2021-21-1-169-180](https://doi.org/10.22363/2313-2272-2021-21-1-169-180).
19. Trotsuk I. V., Subbotina M. V. Assessment of the influence of cinema on social ideas about heroism: approbation of one approach. *Communicology=Kommunikologiya*. 2018;6(4):140–158. (In Russ.) DOI [10.21453/2311-3065-2018-6-4-140-158](https://doi.org/10.21453/2311-3065-2018-6-4-140-158).
20. Trotsuk I. V., Subbotina M. V. The phenomenon of heroism: two “chronological” interpretations. *RUDN Journal of Sociology=Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Seriya: Sociologiya*. 2017;17(3):410–435. (In Russ.) DOI [10.22363/2313-2272-2017-17-3-420-435](https://doi.org/10.22363/2313-2272-2017-17-3-420-435).
21. Podlesnaia M. A., Shevchenko O. K., Ilyina I. V. Heroes and heroism as representations of collective memory. *RUDN Journal of Sociology=Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Seriya: Sociologiya*. 2023;23(3):503–524. DOI [10.22363/2313-2272-2023-23-3-503-524](https://doi.org/10.22363/2313-2272-2023-23-3-503-524).
22. Franco Z., Zimbardo P. The banality of heroism. Greater Good Science Center. 2006. September 1. Available at: [http://greatergood.berkeley.edu/article/item/the\\_banality\\_of\\_heroism](http://greatergood.berkeley.edu/article/item/the_banality_of_heroism) (accessed: 06.01.2023).
23. Klisanin D. Collaborative heroism: Exploring The impact of social media initiatives. *Media Psychology Review*. 2015;9(2). Available at: <https://mprcenter.org/review/collaborative-heroism-in-social-media-initiatives/> (accessed: 15.06.2023).
24. Radaev V. V. Millennials. How Russian society is changing. [Millenialy. Kak menyaetsya rossijskoe obshchestvo]. Moscow: Vy'sshaya shkola e'konomiki; 2020. 224 p. (In Russ.) ISBN 978-5-7598-1985-1. DOI [10.17323/978-5-7598-1985-1](https://doi.org/10.17323/978-5-7598-1985-1).
25. Schenk F. B. Alexander Nevsky in Russian cultural memory: saint, ruler, national Hero (1263–2000). [Aleksandr Nevskij v russkoj kul'turnoj pamyati: svyatoj, pravitel', nacional'nyj geroj (1263–2000)]. Authorized translation from German. Elena Zemskova and Maya Lavrinovich. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie; 2007. 592 p. (In Russ.) ISBN 5-86793-506-X.
26. Allison S., Goethals G. Heroes: What they do and why we need them. New York: Oxford University Press; 2011. 230 p. ISBN 978-0199739745.



## Information about the Authors

### **M. A. Podlesnaia**

Candidate of Sociology,  
Leading Researcher

ResearcherID: **R-8140-2019**

Scopus AuthorID: **56528484500**

### **I. V. Ilina**

Senior Lecturer

#### Contribution of the authors:

M. A. Podlesnaia – conceptual part of the article, text. I. V. Ilyina – article formatting, editing, critical comments, one of the organisers of the fieldwork for the research.

The authors declare no conflicts of interests.

The article was submitted 22.07.2023; approved after reviewing 17.10.2023; accepted for publication 01.11.2023.