

Оригинальная статья
УДК 316.7

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2025-11-4-48-60>

Кто они – герои нашего времени?

Мария Николаевна Желизнык

*Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия,
marzhel@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8481-2123>*

Введение. На основе проведенного в 2023 г. поискового эмпирического исследования, в котором приняло участие более 10 тыс. школьников 9–11-х классов Ленинградской обл., автор приводит черты героев нашего времени, а также типологию героев, выработанную посредством типологического анализа. Использование метода неоконченных предложений позволило получить спонтанные, неререфлексируемые ответы респондентов, которые отражают их представления о социальном феномене «герой нашего времени».

Методология и источники. В статье систематизированы научные подходы к изучению феномена героев и героизма, представлено теоретическое исследование по проблематизации понятия «герой». Анализируются работы социологов и психологов: Б. Гизена, Т. Шлехтримена, С. Хука, С. Эллисон, Дж. Готелс, З. Е. Франко, К. Блау, Ф. Зимбардо, Е. Л. Кинселлы, Т. Д. Ричи, Е. Р. Игоу, Е. Джаявикреме, Р. Ди Стефано и О. Гольца, выделены категории, через которые исследуется герой/представления о героях.

Результаты и обсуждение. Показана дескриптивная модель «герой нашего времени», разработанная на основе проведенного исследования посредством укрупнения и обобщения полученных ответов. Модель включает в себя ценностный, когнитивный и поведенческий аспекты, характерные для героя нашего времени. Приведены типы героев, выделенные на основе результатов исследования.

Заключение. Приведены наиболее распространенные типы героев в представлениях школьников: «герой-альтруист», «обыкновенный герой», «герой достигающий», «герой-патриот» и «герой-лидер». Показан прикладной аспект разработанной дескриптивной модели.

Ключевые слова: герой, образ, исследование героизма, дескриптивная модель, ценностные ориентации, школьники

Для цитирования: Желизнык М. Н. Кто они – герои нашего времени? // ДИСКУРС. 2025. Т. 11, № 4. С. 48–60. DOI: 10.32603/2412-8562-2025-11-4-48-60

Original paper

Who are They are the Heroes of Our Time?

Maria N. Zheliznyk

*Saint Petersburg State University, St Petersburg, Russia,
marzhel@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8481-2123>*

Introduction. Based on a pilot empirical study conducted in 2023 in which more than 10 thousand 9th–11th grade schoolchildren from the Leningrad Region participated, the author cites the characteristics of the heroes of our time, as well as the typology of heroes

© Желизнык М. Н., 2025

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License

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



developed through typological analysis. Using the method of incomplete sentences allowed us to obtain spontaneous, non-reflexive responses from respondents that reflect their ideas about the social phenomenon "hero of our time".

Methodology and sources. The article systematizes scientific approaches to the study of the phenomenon of heroes and heroism, presents a theoretical study of the problematization of the concept of "hero". The works of the following sociologists and psychologists are analyzed: B. Giesen, T. Schleichriemen, S. Hook, S.T. Allison, G.R. Goethals, Z.E. Franco, K. Blau, F. Zimbardo, E.L. Kinsella, T.D. Ritchie, E.R. Igou, E. Jayawickreme, P. Di Stefano and O. Golz, and the categories through which the hero or ideas about heroes are researched.

Results and discussion. The descriptive model "hero of our time" is presented in the article. This model was developed on the basis of the conducted research by means of aggregation and generalization of the answers received. The model includes value, cognitive, and behavioral aspects characteristic of a hero of our time. The types of heroes identified based on the results of the research are given.

Conclusion. The most common types of heroes in the representations of schoolchildren are presented: "altruistic hero", "ordinary hero", "achieving hero", "patriot hero" and "leader hero". The applied aspect of the developed descriptive model is shown.

Keywords: hero, image, research of heroism, descriptive model, value orientations, youth

For citation: Zheliznyk, M.N. (2025), "Who are They are the Heroes of Our Time?", *DISCOURSE*, vol. 11, no. 4, pp. 48–60. DOI: 10.32603/2412-8562-2025-11-4-48-60 (Russia)

Введение. Потребность в героях характерна для человеческого общества. О сущности феномена героизма задумывались великие умы на протяжении истории человечества. Анализ феномена героизма с позиций разных наук и разных дисциплин дал основание О. Эфтимии и С. Т. Эллисон [1] говорить о создании науки о героизме (Heroism Science), которая соединила бы накопленные знания и выработала междисциплинарный подход к изучению героизма.

Казалось бы, что нового можно сказать о героях и героизме сегодня, если об этом говорят так долго и рассуждали такие выдающиеся мыслители, как Платон, Дж. Вико, Т. Карлейль, Г. Гегель, В. И. Ленин, В. Зомбарт, М. Мерло-Понти и др.? Но тем не менее и сегодня исследователи задаются вопросами, кто такие герои, каковы их черты, социальные функции, в чем специфика этого социального феномена и как конструировать героев, чтобы они были адекватны текущему времени?

В научной литературе представлены различные определения героя, выделяются разные доминантные характеристики личности героя. Это связано с теоретической рамкой, концептуальной моделью, принятой автором, и фокусом исследования. В целом попытка выработать устойчивую трактовку понятий «герой» и «героизм», которые операционализировались бы в социологические опросники, представляется заведомо неосуществимой. Прежде всего представления о героях зависят от текущей социокультурной реальности, т. е. они конкретно историчны, а значит, могут проблематизироваться в зависимости от «акцентов» времени. Как отмечает П. Штомпка, герои демонстрируют общественные идеалы, а также идею, что эти идеалы достижимы, они не утопичны [2]. За последние несколько лет мы стали свидетелями глобального переустройства и переопределения аксиологических стандартов в мировом масштабе. Кэнселинг (культура отмены) и новые стандарты «нормальности» иллюстрируют этот процесс, на наших глазах меняется «пантеон героев». К тому же герой амбивалентен. Не только античные герои не знали понятия «грех» в иудейско-хри-

стианском понимании, но и «герои-движители», по определению Н. К. Михайловского [3], способные увлечь массу людей на какое-то дело, неважно дурное или благородное.

В данной статье исследуется вопрос, каковы черты героя нашего времени? В поисках ответа мы анализируем научную литературу с фокусом на проблематизацию понятия, а также приводим данные собственного эмпирического исследования. Героя мы рассматриваем как культурный феномен. Кроме того, герой – это категория массового сознания, которая характеризует отношение человека к социокультурной реальности, выражает его ценностные предпочтения и аксиологический стандарт культурной общности. Например, ироничное «герой», характерное для российской действительности 1990-х гг., в корне отличается от «героя» первых пятилеток советского времени.

Г. С. Батыгин отмечает, что некоторые концепты, которые активно используются в аппарате социологии, в принципе не могут быть преобразованы в операциональные определения [4], т. е. невозможно «вывести» устойчивый набор индикаторов с целью идентификации таких концептов. Это понятия «добро», «зло», «подсознательное» и др. Все интуитивно понимают, о чем речь, но трактовки в инструментариях, не говоря уже об обыденных представлениях, может быть великое множество. Понятие «герой», как нам представляется, близко к данным концептам не только по своей семантической структуре (уже в самом определении содержатся противоположные смыслы – доблестный человек, совершающий самоотверженные поступки, и герой скандала [5]), но и вследствие того, что оно является категорией массового сознания. Изучение черт героя в данном случае позволяет говорить о типах героя, т. е. о нюансах в восприятии героического.

В начале данной статьи систематизируются подходы к изучению феномена героев и предпринята попытка дескриптивного анализа героя как категории. Мы показываем, как проблематизируется данное понятие, какие есть фокусы в теоретических и прикладных исследованиях, какие характеристики героя выделяли исследователи.

Во второй части статьи мы предлагаем собственную модель, аккумулирующую черты личности героя, которая была разработана на базе проведенного в 2023 г. поискового эмпирического исследования среди учащихся 9–11-х классов школ Ленинградской обл. Наш исследовательский вопрос – какими чертами обладают герои в массовом сознании? Большая выборка (более 10 тыс. школьников) позволила выделить наиболее типичные представления о героях и определить героические типы, характерные для сегодняшнего дня.

Методология и источники. Условно все работы о героизме можно разделить на две части – изучение непосредственно самих героев или героического поведения (Т. Карлейль, Ф. Зимбардо, З. Франко, Д. Клайсанин и др.) и изучение представлений о героях (М. В. Субботина, С. Эллисон, С. Бигацци, Э. Бен-Зеев, О. Е. Кузнецова и др.). Отдельно можно выделить третий пласт работ – о социальном конструировании героев, введении в общественное сознание новых смысловых акцентов, т. е. конструирование новых героических мифов (Н. К. Михайловский, В. И. Ленин и др.).

Концепт «герой», который разрабатывается представителями социальных наук, проблематизируется через разные категории: девиантное поведение, неравенство, идентичность, коллективная память, социальная иерархия, коммуникативный и перформативный продукт и даже через такие категории, которые мало или практически не используются в социологии, – судьба

и избранность. Как следствие, за счет отличающихся исследовательских фокусов учеными выделяются различные характеристики и черты героя. Рассмотрим несколько примеров.

Немецкий социолог Тобиас Шлехтримен при анализе героев сосредотачивает свое внимание на проведении границ – между героем и антигероем, между героем и всеми остальными. Граница – это социальная дистанция, которая поддерживает статус героя. Исследователь изучает границы через основные качества героя и настаивает на типологическом подходе как исходной точке исследования. Он предлагает пять качеств, через которые можно идентифицировать героя, даже если исследуемые фигуры явно не представлены героически. Это такие качества, как 1) экстраординарность, 2) автономность и трансгрессивность, 3) этическая и аффективная «заряженность», 4) агональность, или состязательность (agonistic) и 5) высокая степень агентности [6].

В рамках психологии в значительной части исследований качества героя также рассматриваются как индикаторы героизма, но речь идет не о границах и социальной дистанции, а о проявленности качеств, которые в конечном итоге выражаются в поступках.

С. Эллисон и Дж. Готелс эмпирическим путем выделили восемь кластеров, аккумулирующих черты характера, которые они назвали «большой восьмеркой» черт героизма [7]. Модель представлена следующими качествами:

- 1) заботливый: сострадание, эмпатия, доброта;
- 2) харизматичный: преданность, красноречивость, страстность;
- 3) вдохновляющий: восхитительный, потрясающий, великий;
- 4) надежный: верный, истинный;
- 5) устойчивый (Resilient): решительный, настойчивый, неунывающий, достигающий;
- 6) бескорыстный: альтруистичный, честный, скромный, нравственный;
- 7) умный: разумный, мудрый;
- 8) сильный: смелый, доминирующий, галантный, лидер.

Данные качества могут отражать типы героического поведения. Ученые обращают внимание, что выделенные черты в целом характерны для лидеров, что актуализирует проблему отличия между лидером и героем.

Е. Л. Кинселла, Т. Д. Ричи и Е. Р. Игоу использовали метод прототипов, чтобы выделить ядро и периферию характеристик героя [8]. В результате ученые сформировали 12 центральных и 13 периферических его характеристик. Основные черты героизма: смелость, моральная целостность, мужество, защита, убежденность, честность, альтруизм, самопожертвование, самоотверженность, решимость, готовность спасти других, вдохновение и помощь. Периферийные черты: инициативный, сильный, лидер, сострадательный, готовый идти на риск, исключительный, скромный, бесстрашный, заботливый, влиятельный, умный, талантливый и привлекательный.

В другом своем исследовании Е. Л. Кинселла, Т. Д. Ричи и Е. Р. Игоу попытались определить разницу между героем, лидером и ролевой моделью [9]. Индикаторами измерения выступали поступки, а не черты характера. Согласно полученным данным для героев более характерно помогать, спасать, защищать и делать то, что никто другой не сделает, для лидеров – мотивировать и направлять, а ролевые модели, скорее, выполняют воспитательную функцию – моральное моделирование [9].

З. Е. Франко, К. Блау и Ф. Зимбардо в 2011 г. опубликовали работу, в которой предложили концептуальный анализ феномена героизма на основании проведенного ими эмпирического исследования [10]. Ученые сосредоточили свое внимание на разнице между героизмом и альтруизмом, в ходе исследования они предлагали испытуемым различные ситуации из гражданской и военной сферы и просили оценить, являются ли данные ситуации героическими или альтруистическими. Исследователи определили героизм через категорию «риск», т. е. ключевое качество героя – готовность идти на риск. Риск может быть как на физическом плане (угроза жизни), так и на социальном (бросать вызов системе).

В целом психологов больше всего интересуют два вопроса: 1) как обычные люди становятся героями; 2) героизм – это врожденное или приобретенное качество, поэтому они чаще всего операционализируют героя через качества и поступки, совершаемые им. Социальные функции героя реже попадают в фокус внимания психологов.

Немецкий социолог Б. Гизен, анализируя культурную травму Германии и национальную идентичность постнацистской Германии, вводит четыре категории – торжествующего героя/победителя (*triumphant hero*), трагического/побежденного героя (*tragic hero*), жертву (*victim*) и преступника (*perpetrator*) [11]. Указанные концепты являются культурными идентичностями. Автор использует оппозицию «норма – отклонение», поэтому его оценка героя связана с девиантным поведением. Также немецкий социолог оперирует веберовским понятием «харизма», которое он считает характерным для героя. По мнению Гизена, героя от преступника отличает общественное признание. При изменении социокультурной реальности герой легко может превратиться в преступника, «герои – это хрупкие конструкции», – заключает автор [11]. Используя теоретическую рамку Э. Дюркгейма о разделении сакрального и профанного миров, Б. Гизен относит героев к пограничным фигурам, медиаторам, посредникам между людьми и богами.

Е. Джаявикреме и Р. Ди Стефано интересуют героизм с точки зрения политической психологии. В попытках концептуализировать героизм они рассматривают теории позитивной психологии, социальной психологии, психологии личности, экологической психологии и психологии морали. Ученые выдвигают три вопроса, которые необходимо учитывать при концептуализации героизма в будущих исследования [12], так как ответы на них дадут новое понимание механизмов героического поведения и, как следствие, возможности «воспитывать» его. Во-первых, это отличие героизма от других форм морально-нравственного, просоциального поведения. Храбрость и честность, по мнению ученых, могут быть связаны с героизмом, поэтому нужно сосредоточить внимание не только на типе «герои-спасатели». Во-вторых, важность рассмотрения героизма в качестве интерактивной функции, которая объединяет черты характера и обстоятельства, т. е. необходимо анализировать взаимосвязь и взаимодействие черт характера и ситуации. В-третьих, влияние культуры и контекста, так как представления о героизме отличаются в разных культурах.

С. Хук, наследуя традицию Т. Карлейля, проблематизирует героя через роль личности в истории. Ученого интересует, есть ли исторический детерминизм. Автор утверждает, что в истории есть гораздо больше переменных, чем «закон судьбы» и «великий человек» [13]. По О. Гольцу, герой демонстрирует неравенство. Автор развивает мысль Э. Канетти о том, что в толпе царит равенство, поэтому герой как бы противопоставляет себя толпе, являя собой идею неравенства. И если на схожих примерах Т. Шлехтримен рассуждает о социаль-

ной дистанции, то О. Гольц говорит о неравенстве. В своих рассуждениях ученый приходит к проблеме массового героизма, он показывает разницу между коллективом героев и героическим коллективом. Также О. Гольц отмечает «сверхобязательство» как неотъемлемое качество героя, его готовность совершать больше, чем от него ожидают [14].

В исследованиях ВЦИОМ эмпирическим путем были определены герои года [15] (2020 г.), герои нашего времени [16] (2021 г.), а также герои России [17] (2022 г.). В первом случае герои чаще всего описываются через качества характера, реже – через профессии. Во втором случае респондентам предложено выбрать героические профессии, а в третьем – герои операционализированы через символы России.

Таким образом, мы видим, что не только у понятия «герой» нет однозначной трактовки, но также нет единства в определении основных качеств героя. Далее приведем результаты собственного исследования, целью которого было установить, как старшеклассники определяют понятие «герой нашего времени».

Результаты и обсуждение. В 2023 г. мы провели большое поисковое исследование среди учащихся 9–11-х классов Ленинградской обл., в ходе которого предложили им два неоконченных предложения для определения понятий «герой» и «антигерой» нашего времени: «Героем нашего времени можно назвать только того, кто всегда...», «Антигерой – это тот, кто...». Анализ полевого этапа и полученных результатов, включая вопросы надежности и валидности, описан в методической статье [18]. Сейчас остановимся на содержательной части исследования.

Итак, первый вывод состоит в том, что понятия «герой» и «герой нашего времени» подавляющее большинство учащихся используют как синонимы. Во-вторых, были определены доминантные характеристики героев, которые органично трансформировались в типы героев, характерные для современности: «герой-альтруист», «обыкновенный герой»¹, «герой достигающий», «герой-патриот», «герой-лидер», «герой-созидатель», «герой-трикстер», «герой-профессионал» и «герой-новатор» (рис. 1).

Бескорыстная помощь другим – самый распространенный ответ (22,7 %), который в сочетании с поступками на «благо других» (3,2 %) был сгруппирован нами в тип «герой-альтруист» (25,9 %). Валерий Федоров в своем недавнем интервью Российской газете назвал воинов и волонтеров героями нашего времени [19]. Тип «герой-альтруист» имеет непосредственное выражение в добровольческой и волонтерской деятельности – это бескорыстные поступки, помощь другим. Приведем несколько примеров из массива данных: «Героем нашего времени можно назвать только того, кто всегда»: «...имеет положительные моральные и социальные качества, вследствие чего способен на полную и безоговорочную помощь людям, несмотря на обстоятельства», «...стремится помочь тем, кто нуждается в помощи», «...помогает людям, не требуя ничего взамен», «...протянет руку помощи», «...готов помочь без личной выгоды» и др. По оценке гендиректора ВЦИОМ, волонтерство в стране развивается последние 15 лет, и за это время принципиально изменилось отношение людей к данной деятельности [19]. В целом наше исследование подтверждает этот тезис,

¹ Мы ввели концепт «обыкновенный герой», так как речь идет о денотативном, исконном определении понятия «герой». Респонденты определяли данный тип через отношение к другим и через черты характера: сочувствие другим, уважение и защита других, поддержка другого, верность, милосердие, честь, жизнь по совести, готовность к самопожертвованию и подвигам, смелость и наличие идеалов.

хотя помощь, несомненно, связана не только с волонтерством, она может выражаться в простых бытовых, житейских ситуациях: «...помогает ближнему», «...может помочь даже незнакомому» и др. Волонтерство мы рассматриваем как предельное развитие типа «герой-альтруист», когда помощь другим становится ценностью и неотъемлемой частью жизни.

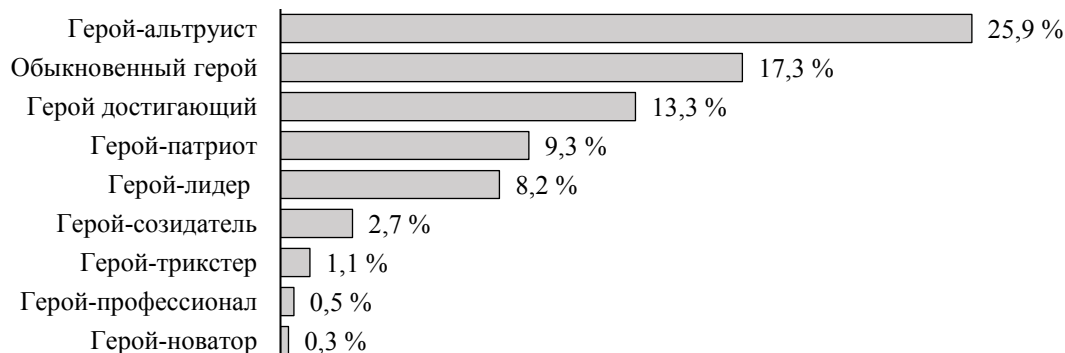


Рис. 1. Типы героев, выделенные на основе исследования школьников 9–11-х классов
Fig. 1. Types of heroes identified on the basis of a study of schoolchildren of 9–11 grades

Представляется важным, что наиболее частотное толкование героя нашего времени связано именно с помощью. Это отражает нашу реальность – социокультурные процессы, происходящие в обществе. Исследование школьников как определенной социально-демографической группы фиксирует тенденции, происходящие на макроуровне.

Тип «обыкновенный герой» (17,3 %) выражает идею повседневного героизма (everyday hero [20]) и репрезентирует образ морально-нравственного человека (честного, совестливого, правдивого, милосердного, доброго, справедливого, верного и т. п.), с уважением относящего к другим и готового совершить доблестные поступки, включая самопожертвование. И хотя введенная нами формулировка представляет собой оксюморон – герой всегда отличается, он не может быть обыкновенным, основной смысл данного типа героя заключается именно в том, что он определен школьниками не как великий, экстраординарный человек, не в трактовке Т. Карлейля, а как кто-то близкий, понятный, который находится где-то рядом, в одной социальной «вселенной»: «...поступает по чести, делает добрые поступки», «...совершает добрые поступки, не требуя ничего взамен», «...добрый и отзывчивый человек», «...человек, который готов жертвовать своими удобствами ради других», «...человек который совершает поступки, не требуя за это наград» и др. Ответ одиннадцатиклассника можно считать смысловым выражением данного типа: «Герои нашего времени – это такие люди по той причине, что подвиги – это то, что они совершают в обыденной жизни».

«Герой достигающий» (13,3 %) связан с достижениями в социальном плане, желанием и умением добиваться поставленных целей, целеустремленностью и трудолюбием, которые конвертируются в социальный успех: «...уверенно идет к своей цели не слушая никого», «...бьется за свою карьеру», «...ставит перед собой цели и усердно работает для достижения целей», «...трудится, преодолевает все трудности, которые становятся на его пути, не сдаётся, идет к своей цели», «...будет трудиться, не покладая рук» и др. Данный тип также отражает реалии времени, герой для части школьников – человек, который поднялся вверх по социальной лестнице.

«Герой-патриот» (9,3 %) определяется учащимися как человек, который любит свою страну, Родину, верен ей; совершает поступки на благо страны и общества, участвует в развитии страны; помогает народу, Родине; защищает или готов защищать страну, народ, Отечество (архетип «воин-защитник»); готов к самопожертвованию ради Родины, и в его системе ценностей общественное имеет приоритет над личным. Типичные ответы школьников таковы: «...предан Родине», «...готов защищать свою страну», «...верен себе и своему Отечеству», «...заботится о развитии страны», «...жертвует своей жизнью ради любимой Родины» и др. Ранжирование результатов нашего исследования показывает, что такая трактовка героизма занимает четвертое место в «иерархии» представлений опрошенных учащихся.

Еще одна наполненная категория – это «герой-лидер» (8,2 %). Данный тип героя характеризуется уверенностью в себе, саморазвитием, преодолением своих слабостей, работой над собой. Он является примером для подражания, за ним следуют: «...на кого можно равняться», «...знает, что надо делать в стрессовых ситуациях, способен вести людей за собой, не боится сложностей и перемен», «...человек с лидерскими качествами, но не считающий себя выше кого-то другого, добродушный, амбициозный, честный», «...подает хороший пример» и др.

Наше исследование показывает, что опрошенные школьники определяют героев и антигероев через качества, поступки, ценности, достижения и отношение к стране. Амбивалентность героя была отражена в типе «герой-трикстер», в процентном соотношении только 1,1 % ответов так определили героя нашего времени.

Герой – это культурный феномен. Герой не может существовать без общества. В попытках соединить различные трактовки героизма мы следовали процедуре обобщения – укрупнили выделенные компоненты¹ до трех концептов: ценности, мировоззрение и поведение, которые отражают аксиологический, когнитивный и поведенческий аспекты (рис. 2). Герой – это не созерцательная категория, а активный субъект, актер, от него ожидают поступков. Герой – это действие, а не созерцание.

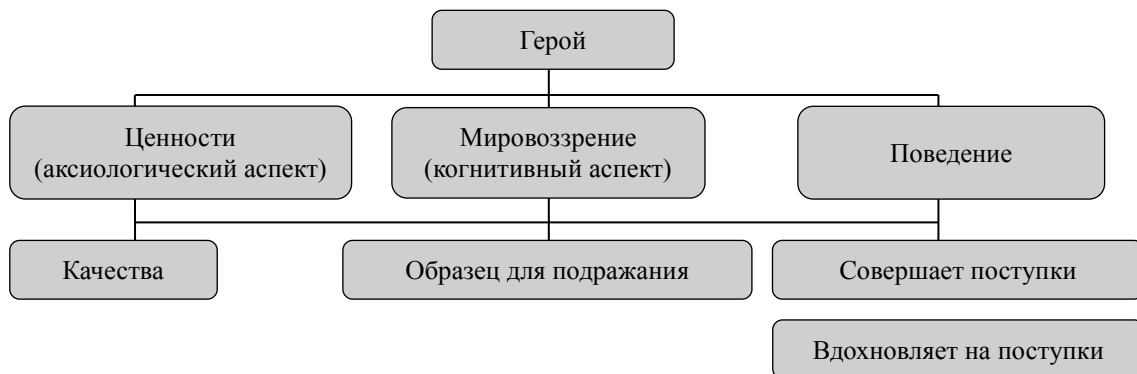


Рис. 2. Дескриптивная модель «герой нашего времени»

Fig. 2. The descriptive model “Hero of our time”

Для выделенных концептов ключевым эмпирическим описательным инструментом является категория «образец для подражания». Это социальная функция героев, которая включает и ценностный, и мировоззренческий, и деятельностный компоненты. Е. Л. Кинселла,

¹ Процедура выделения элементов, группировки их в компоненты описана в более ранней статье [18].

Т. Д. Ричи и Е. Р. Игоу в своем исследовании определяли разницу между героем и ролевой моделью, т. е., по сути, образцом для подражания [9]. Для нас образец для подражания выступает операциональным определением героя. Как точно отметил В. Д. Плахов, героев нужно изучать на двух уровнях – индивидуально-личностном и социальном [21]. На обоих уровнях они оказывают влияние: на макроуровне фиксируют аксиологические стандарты общности, транслируют культурные ценности, демонстрируют идею социального лифта и дают ориентацию в социальном пространстве. Как замечают Т. Ф. Андерсен и Й. Р. Кристенсен: «Нам нужны герои, чтобы поддерживать культурное производство ценностей» [22]. На микроуровне они выполняют функцию ролевой модели, показывают, как поступать в плоскости повседневности, бытовых ситуаций и траекторий развития. В первом случае герои могут не только давать ролевые модели, но и конструировать общность, даже целое поколение. Например, Алексей Стаханов и Дуся Виноградова стали локомотивом движения стахановцев, названного в честь своего родоначальника. Во-втором случае – это конкретные реальные модели поведения.

Поведенческий аспект, помимо образца для подражания, в нашей дескриптивной модели представлен посредством двух индикаторов – совершение поступков и мотивация на совершение поступков. С первой категорией все ясно: герой – это активный субъект, который действует, спасает жизни или изобретает что-то новое – не суть важно, поскольку содержание поступков больше относится к типам героизма. Мотивация на поступки – это тот индикатор, который отличает звезд и селебрити от героев. Герои дают энергию для действий, а селебрити зачастую являются объектом потребления. Ими могут восхищаться, можно быть подписанными на их социальные сети, следить за новостями и т. п., они даже могут быть кумирами, но если они не оказывают влияние на поведение, то в нашей трактовке они не являются героями. Таким образом, для себя мы решаем спор, который возник в науке с появлением термина «селебрити» в 1960-х гг.: являются ли селебрити героями?

Для подтверждения устойчивости нашей модели следует ответить на вопрос: адекватна ли модель при массовом и повседневном героизме? Начнем с первого. Массовый героизм – это изменение субъектности, героем выступает не один человек, индивидуальность, а коллектив, общность, группа людей или даже целый народ. О. Гольц разделяет коллектив героев как союз нескольких героических личностей и героический коллектив [14]. Коллектив героев зачастую представлен в литературе, можно вспомнить мифы Древней Греции или современные американские комиксы, кинематографическую вселенную Marvel. Героический коллектив – это форма массового героизма, в котором превалирует групповая идентичность и практически нивелируется идентичность индивидуальная [14]. При массовом героизме также работают концепты, предложенные нами, – ценности, мировоззрение, поведение, и их также можно установить через введенные индикаторы – «образец для подражания», «качества», «совершение поступков» и «вдохновение на поступки». Из современных примеров можно привести международную сеть активистов и хактивистов «Анонимус». Это общественное движение, объединенное общими ценностями, т. е. превалирует групповая идентичность. Для людей, которые разделяют ценности «Анонимуса», они являются героями.

Феномен повседневного героизма, скорее, характерен для атомизированного общества. На смену «больших» героев, которые оказывали влияние на макрообщности, пришли герои повседневности, которые являются ролевыми, идентификационными моделями. Ф. Фарли предложил концепцию «большого» и «малого» героизма [23], который отражает эту ситуацию, но данная концепция не получила развития в научных трудах. Наша дескриптивная модель в полной мере применима для повседневного героизма, в данном случае речь об охвате влияния. Героев на уровне семьи, друзей мы идентифицируем через те же индикаторы, что и героев на социальном уровне. Кроме того, наиболее распространенные типы героев – «герой-альтруист» и «обыкновенный герой» – связаны как раз с повседневностью.

Заключение. Внимание к героям будет всегда. Обращение к этой теме позволяет взглянуть на принятые в обществе ценности и идеалы через конкретные образы. Наше исследование демонстрирует различные акценты в описании героя школьниками 9–11-х классов Ленинградской обл., особенно – разные доминантные качества героя. Представления школьников о героях нашего времени были преобразованы в типы героизма, самые наполненные категории – это «герой-альтруист», «обыкновенный герой», «герой достигающий», «герой-патриот» и «герой-лидер».

Разработанная нами дескриптивная модель «героя нашего времени», выросшая из эмпирического исследования, показывает, через какие концепты школьники определяют героя современности. Стоит отметить, что область героизма относится к сфере персональной релятивизации [2]. Одно и то же действие, совершенное разными людьми, в первом случае будет героизмом, во втором – выполнением служебных обязанностей. Наша дескриптивная модель позволяет нивелировать или даже исключить «относительность» при исследовании коллективных представлений о героях. У модели есть также прикладная функция. Сегодня происходит социальное конструирование героев, возрождается архетип воина-защитника. Предложенная модель может служить алгоритмом для создания героев, образцом для оценки конструируемых образов, т. е. выполнять функцию социальной технологии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Efthimiou O., Allison S. T. Heroism science: Frameworks for an emerging field // J. of Humanistic Psychology. 2018. Vol. 58, iss. 5. P. 556–570. DOI: <https://doi.org/10.1177/0022167817708063>.
2. Штомпка П. Социология. Анализ современного общества / пер. с польск. С. М. Червонной. М.: Логос, 2005.
3. Михайловский Н. К. Герои и толпа // Сочинения: в 6 т. Т. 6. СПб.: тип. т-ва «Общественная польза», 1885. С. 280–394.
4. Батыгин Г. С. Лекции по методологии социологических исследований: учебник. М.: Аспект Пресс, 1994.
5. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка / под общ. ред. Л. И. Скворцова. 28-е изд., перераб. М.: Мир и образование: ОНИКС, 2012.
6. Schlechtriemen T. The Hero as an Effect: Boundary Work in Processes of Heroization // Helden. Heroes. Heroés. Special Iss. 5: Analyzing processes of heroization. 2012. P. 17–26. DOI: [10.6094/helden.heroes.heros./2019/APH/03](https://doi.org/10.6094/helden.heroes.heros./2019/APH/03).
7. Allison S. T., Goethals G. R. Heroic Leadership: An Influence Taxonomy of 100 Exceptional Individuals. NY: Routledge, 2013.
8. Kinsella E. L., Ritchie T. D., Igou E. R. Zeroing in on heroes: A prototype analysis of hero features // J. of Personality and Social Psychology. 2015. Vol. 108, iss. 1. P. 114–127. DOI: [10.1037/a0038463](https://doi.org/10.1037/a0038463).

9. Kinsella E. L., Ritchie T. D., and Igou E. R. Lay perspectives on the social and psychological functions of heroes // *Frontiers in Psychology*. 2015. Vol. 6: 130. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00130>.
10. Franco Z. E., Blau K., Zimbardo P. G. Heroism: A conceptual analysis and differentiation between heroic action and altruism // *Review of General Psychology*. 2011. Vol. 15, iss. 2. P. 99–113. DOI: [10.1037/a0022672](https://doi.org/10.1037/a0022672).
11. Giesen B. *Triumph and Trauma* / ed. by J. Alexander, R. Eyerman. NY: Routledge, 2016.
12. Jayawickreme E., Di Stefano P. How Can We Study Heroism? Integrating Persons, Situations and Communities // *Political Psychology*. 2012. Vol. 33, no. 1. P. 165–178. DOI: [10.1111/j.1467-9221.2011.00861.x](https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2011.00861.x).
13. Hook S. *The hero in history: a study in limitation and possibility*. New Brunswick; NJ: Transaction Publishers, 1992.
14. Gözl O. Heroes and the many: Typological reflections on the collective appeal of the heroic. Revolutionary Iran and its implications // *Thesis Eleven*. 2021. Vol. 165, iss. 1. P. 53–71. DOI: <https://doi.org/10.1177/07255136211033168>.
15. Герои года – 2020 // ВЦИОМ. 28.12.2020. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/geroi-goda-2020> (дата обращения: 05.01.2025).
16. Врачи – герои нашего времени // ВЦИОМ. 16.06.2021. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vrachi-geroi-nashego-vremeni> (дата обращения: 05.01.2025).
17. Герои России: вчера и сегодня // ВЦИОМ. 27.09.2022. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/geroi-rossii-vchera-i-segodnja> (дата обращения: 05.01.2025).
18. Железник М. Н. Опыт использования метода неоконченных предложений в изучении образов «героя» и «антигероя» нашего времени // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2024. № 1. С. 257–275. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.1.2460>.
19. Яковлева Е. Какие «черные лебеди» видны на горизонте и как не стать «обществом спектакля». Интервью «РГ» с гендиректором ВЦИОМ Валерием Федоровым // *Российская газета*. 15.01.2025. URL: <https://rg.ru/2025/01/15/vremia-nashego-geroia.html> (дата обращения: 21.01.2025).
20. Social Representations of Hero and Everyday Hero: A Network Study from Representative Samples / Z. Keczer, B. File, G. Orosz, P. G. Zimbardo // *PLoS ONE*. 2016. Vol. 11, no. 8. P. 1–17. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0159354>.
21. Плахов В. Д. *Герои и героизм: опыт современного осмысления вековой проблемы*. СПб.: КАРО, 2008.
22. Andersen T. F., Christensen J. R. We don't need another hero, do we? Researching heroism from a cultural perspective // *Akademic Quarter*. 2020. Vol. 20. P. 5–21. DOI: [10.5278/ojs.academicquarter.vi20.5845](https://doi.org/10.5278/ojs.academicquarter.vi20.5845).
23. Farley F. The real heroes of The Dark Knight // *Psychology Today*. 27.07.2012. URL: <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/the-peoples-professor/201207/the-real-heroes-the-dark-knight> (дата обращения: 21.01.2025).

Информация об авторе.

Железник Мария Николаевна – аспирантка факультета социологии Санкт-Петербургского государственного университета, ул. Смольного, д. 1/3, Санкт-Петербург, 191124, Россия; руководитель лаборатории исследования социокультурной активности молодежи института социологии РАН – филиала ФНИСЦ РАН, ул. 7-я Красноармейская, д. 25/14, Санкт-Петербург, 190005, Россия. Автор 10 научных публикаций. Сфера интересов: социология культуры, социология молодежи, методика и методология социологических исследований.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 23.01.2025; принята после рецензирования 03.03.2025; опубликована онлайн 22.09.2025.*

REFERENCES

1. Efthimiou, O. and Allison, S.T. (2018), "Heroism science: Frameworks for an emerging field", *J. of Humanistic Psychology*, vol. 58, iss. 5, pp. 556–570. DOI: <https://doi.org/10.1177/0022167817708063>.
2. Sztompka, P. (2005), *Socjologia. Analiza Społeczeństwa*, Transl. by Chervonnaya, S.M., Logos, Moscow, RUS.
3. Mikhailovskii, N.K. (1885), "Heroes and the crowd", *Sochineniya* [Compositions], in 6 vols., vol. 6, Tip. t-va "Obshchestvennaya pol'za", SPb., RUS, pp. 280–394.
4. Batygin, G.S. (1994), *Lektsii po metodologii sotsiologicheskikh issledovaniy* [Lectures of the methodology of sociological research], Aspekt Press, Moscow, RUS.
5. Ozhegov, S.I. and Shvedova, N.Yu. (2012), *Tolkovyi slovar' russkogo yazyka* [Explanatory dictionary of the Russian language], in Skvortsov, L.I. ed., 28th ed., Mir i obrazovanie: ONIKS, Moscow, RUS.
6. Schlechtriemen, T. (2012), "The Hero as an Effect: Boundary Work in Processes of Heroization", *Helden. Heroes. Heroés. Special Iss. 5: Analyzing processes of heroization*, pp. 17–26. DOI: 10.6094/helden.heroes.heros./2019/APH/03.
7. Allison, S.T. and Goethals, G.R. (2013), *Heroic Leadership: An Influence Taxonomy of 100 Exceptional Individuals*, Routledge, NY, USA.
8. Kinsella, E.L., Ritchie, T.D. and Igou, E.R. (2015), "Zeroing in on heroes: A prototype analysis of hero features", *J. of Personality and Social Psychology*, vol. 108, iss. 1, pp. 114–127. DOI: 10.1037/a0038463.
9. Kinsella, E.L., Ritchie, T.D., and Igou, E.R. (2015), "Lay perspectives on the social and psychological functions of heroes", *Frontiers in Psychology*, vol. 6: article 130. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00130>.
10. Franco, Z.E., Blau, K. and Zimbardo, P.G. (2011), "Heroism: A conceptual analysis and differentiation between heroic action and altruism", *Review of General Psychology*, vol. 15, iss. 2, pp. 99–113. DOI: 10.1037/a0022672.
11. Giesen, B. (2016), *Triumph and Trauma*, in Alexander, J. and Eyerman, R. (eds.), Routledge, NY, USA.
12. Jayawickreme, E., and Di Stefano, P. (2012), "How Can We Study Heroism? Integrating Persons, Situations and Communities", *Political Psychology*, vol. 33, no. 1, pp. 165–178. DOI: 10.1111/j.1467-9221.2011.00861.x.
13. Hook, S. (1992), *The hero in history: a study in limitation and possibility*, Transaction Publishers, New Brunswick, NJ, USA.
14. Gözl, O. (2021), "Heroes and the many: Typological reflections on the collective appeal of the heroic. Revolutionary Iran and its implications", *Thesis Eleven*, vol. 165, iss. 1, pp. 53–71. DOI: <https://doi.org/10.1177/07255136211033168>.
15. "Heroes of the year – 2020" (2020), *VCIOM*, 28.12.2020, available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/geroi-goda-2020> (accessed 05.01.2025).
16. "Doctors are the heroes of our time" (2021), *VCIOM*, 16.06.2021, available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vrachi-geroi-nashego-vremeni> (accessed 05.01.2025).
17. "Heroes of Russia: yesterday and today" (2022), *VCIOM*, 27.09.2022, available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/geroi-rossi-vchera-i-segodnja> (accessed 05.01.2025).
18. Zheliznyk, M.N. (2024), "Using the Method of Unfinished Sentences in Studying the Images of the "Hero" and "Anti-Hero" of Our Time", *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, no. 1, pp. 257–275. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.1.2460>.
19. Yakovleva, E. (2025), "What "black swans" are visible on the horizon and how not to become the "Society of the Spectre". Interview "RG" with the general director of VCIOM Valery Fedorov", *Rossiiskaya gazeta*, 15.01.2025, available at: <https://rg.ru/2025/01/15/vremia-nashego-geroia.html> (accessed 21.01.2025).

20. Keczer, Z., File, B., Orosz, G. and Zimbardo, P.G. (2016), "Social Representations of Hero and Everyday Hero: A Network Study from Representative Samples", *PLoS ONE*, vol. 11, no. 8, pp. 1–17. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0159354>.

21. Plakhov, V.D. (2008), *Geroi i geroizm: opyt sovremennogo osmysleniya vekovoi problemy* [Heroes and Heroism. Current Understanding of the Centuries. Old Problem], KARO, SPb., RUS.

22. Andersen, T.F. and Christensen, J.R. (2020), "We don't need another hero, do we? Researching heroism from a cultural perspective", *Akademic Quarter*, vol. 20, pp. 5–21. DOI: 10.5278/ojs.academicquarter.vi20.5845.

23. Farley, F. (2012), "The real heroes of The Dark Knight", *Psychology Today*, 27.07.2012, available at: <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/the-peoples-professor/201207/the-real-heroes-the-dark-knight> (accessed 21.01.2025).

Information about the author.

Maria N. Zheliznyk – Postgraduate of the Faculty of Sociology, Saint Petersburg State University, 1/3 Smolny str., St Petersburg 191124, Russia; Head of the Laboratory of Issue of the Sociocultural Activity of the Youth, Sociological Institute of the RAS – FCTAS RAS, 25/14 7th Krasnoarmeiskaya str., St Petersburg 190005, Russia. The author of 10 scientific publications. Area of expertise: the sociology of culture, the sociology of youth, the methodology and methodology of sociological research.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 23.01.2025; adopted after review 03.03.2025; published online 22.09.2025