



DOI: 10.22363/2313-2272-2023-23-3-525-545

EDN: VGUYNS

Представления россиян о героях и героизме: устойчивые и изменчивые компоненты (по материалам опросов общественного мнения)*

И.В. Троцук^{1,2,3}, М.В. Субботина¹

¹Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, 117198, Россия,

²Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ,
просп. Вернадского, 82, Москва, 119571, Россия

³Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
ул. Мясницкая, 20, Москва, 101000, Россия

(e-mail: irina.trotsuk@yandex.ru; mariya.subbotina.1995@mail.ru)

Аннотация. Несмотря на весьма обширный список исследованных аспектов героизма, в социологии данный феномен по-прежнему недостаточно изучен. Большинство проектов и публикаций ориентированы скорее на поиск самих «героев» (вернее идентификацию таковых в общественном мнении или медийном дискурсе), но не дают ответов на вопрос, почему (со) общества «назначают» одних людей героями, а других нет, и какой смысл вкладывают в понятие «герой». Общество всегда обращало пристальное внимание на так называемых «выдающихся личностей»: официальные и народные герои существуют во всех культурах, и на протяжении не одного тысячелетия человеческой истории выступают своего рода референтной группой для принятия решений и даже самоопределения людей. Кроме того, доминирование конкретных типов героического поведения — один из инструментов (само)репрезентации культурной системы: превалирующий в сознании общества героический типаж нередко напрямую связан с характерным для данного социума этическим комплексом. Авторы систематизируют сложившиеся на сегодняшний день трактовки понятий «герой» и «героизм», а также разработанные типологии героического поведения, обозначают современные направления эмпирического изучения героизма, прежде всего массовые опросы российских и зарубежных ученых. Во второй части статьи представлены результаты всероссийского репрезентативного онлайн-опроса, в котором приняли участие представители четырех возрастных групп: 14–19 лет, 20–29, 30–49 и 50–69 лет (800 человек, по 200 респондентов в каждой возрастной группе). Опрос был призван выявить и сопоставить представления разных российских поколений о героях и героизме. Было проведено две волны опроса — в 2020 и 2022 году, поэтому авторы сосредоточились на изменениях, которые прослеживаются в представлениях россиян. В целом старшее поколение в качестве приоритетных героических типов называет героя-спасателя и героя-воина, тогда как младшее поколение — героя-спасателя и героя-благотворителя. Что касается сопоставления двух опросных волн, то в 2022 году

*© Троцук И.В., Субботина М.В., 2023

Статья поступила 11.03.2023 г. Статья принята к публикации 15.06.2023 г.

респонденты менее охотно отвечают на вопросы о героях и героизме, особенно когда речь заходит о проявлениях военного героизма, но ключевые социальные представления о героическом сохраняются.

Ключевые слова: герой; героизм; типы героического поведения; типы героев; социальные представления; онлайн-опрос; поколенческое измерение; российское общество; сравнительный анализ

Феномен героизма — давний объект интереса самых разных наук, однако до сих пор он окружен множеством вопросов относительно сути, функций, форм и трансформаций героического в историческом, сопоставительном, обыденном и научном контекстах. Причем только в последние десятилетия оформилось несколько новых направлений в изучении героизма: героическое лидерство [19], повседневный героизм [33], коллективный [35], телесный [см., напр.: 24] и даже «генетический» [28]. Увлеченные героической проблематикой исследователи все чаще говорят о необходимости отдельной науки о героизме [23], поскольку в изучении данного феномена междисциплинарное единство — центральная задача, «наука о героизме» призвана интегрировать все формы и элементы его познания [31] и попытаться ответить на все связанные с ним вопросы: как общество может побудить людей к героическим действиям; под влиянием каких жизненных обстоятельств люди становятся героями [36]; как образы героев влияют на социализацию подрастающих поколений и способность подростков преодолевать трудности [34]; почему, совершая одни и те же действия, люди могут сталкиваются с осуждением или, напротив, получать «титул» героя [21] и т.д.

Сложившиеся на сегодняшний день определения героизма можно суммировать следующим образом: самоотверженность, мужество, способность к подвигу [9; 10]; отвага, решительность и самопожертвование в критической ситуации [4]; свершение выдающихся по своему общественному значению действий, отвечающих интересам народа, передовых классов/сообществ и требующих личного мужества, стойкости, готовности к самопожертвованию [14]; необычайное мужество вопреки личных интересам [7]. Соответственно, основные аспекты героизма, зафиксированные в большинстве определений, — это отказ/игнорирование личных интересов ради блага других; совершение поступков, выходящих за границы обыденного; смелость и вытекающая из нее готовность к самопожертвованию в трудных условиях (некий подвиг [4; 5; 11]).

Казалось бы, герой — это человек, совершающий героическое действие, однако слово «герой» сегодня может обозначать далеко не только проявления героизма: тот, кто совершил подвиг мужества, доблести, самоотверженности; человек, отличившийся и привлечший к себе внимание («герой дня» в новостях); идеал, предмет восхищения, образец для подражания; образ, воплощающий характерные черты эпохи или среды («герой нашего време-

ни»); главное действующее лицо в фильме, книге, спектакле [10]. Вероятно, все негероические ипостаси «героя» связаны с выделением из общей массы: совершение экстраординарного поступка (положительного или отрицательного в ценностных категориях своей культуры), наличие ярко выраженных положительных качеств, умение мотивировать и подавать пример, главные действующие лица произведения с проработанными личностными чертами (в отличие от второстепенных персонажей) — двигатели сюжета [15].

Хотя трактовки героизма не выглядят крайне противоречивыми, за их мнимой простотой кроется множество взаимосвязанных парадоксов, обусловленных самой природой героизма: по сути, это социальная атрибуция, хотя героический поступок — как правило, личный экзистенциальный выбор [см., напр.: 1; 13; 16; 22]. Сложность феномена героизма детерминирована исторически, политически, культурно и ситуативно: так, действия, воспринимаемые как героические в одной группе (например, подрывы террористов-смертников), считаются ужасающими и неприемлемыми для многих других; герои одной эпохи могут оказаться злодеями в другое время, когда выясняются новые факты или меняется трактовка прежних (например, «культура отмены» за прошлые действия/высказывания, ставшие неприемлемыми в условиях «новой этики»). Тем не менее, в целях эмпирического социологического анализа мы остановимся на трактовке героя как самоотверженного человека, способного ценить интересы других выше собственных и совершать подвиг, и будем опираться на собственную типологию героев: воин (военный героизм), спасатель (в чрезвычайной ситуации), благотворитель (помощь людям), вдохновитель (преодоление себя), авантюрист (тяга кключениям) и демонстратор (показной героизм) [13].

Существует множество классификаций, отражающих разнообразие героев и героических поступков [см., напр.: 6; 8; 25], но наиболее интересна с социологической точки зрения типология З. Франко, К. Блау и Ф. Зимбардо, уверенных, что большинство людей способны на героические поступки при правильном мышлении и определенных условиях [38]. Признавая различия между формами храбрости/мужества и героическим поступком, авторы выделяют следующие общие характеристики героизма: каждое его проявление связано с уровнем опасности, превышающим границы ожидаемого; все его виды подразумевают готовность попасть в опасную ситуацию; и актер всегда преодолевает серьезный страх и действует решительно [27]. Авторы различают три формы героического действия — военную, гражданскую и социальную [26]: условно «военные герои» рискуют жизнью и здоровьем по долгу службы (полицейские, пожарные, спасатели), гражданские герои — по личным убеждениям, а социальные герои идут на иные жертвы (серьезные финансовые последствия, утрата социального статуса, долговременные проблемы со здоровьем, общественное порицание) [29]. Соответственно, авторы предложили 12 героических подтипов и ситуаций, которые требуют героиче-

ских поступков [26]: военный и гражданский героизм (связан с физическим риском) и 10 вариантов социального героизма — религиозные и политико-религиозные деятели, мученики, политические и военные лидеры, авантюристы/первооткрыватели, совершающие научные открытия, добрые самаритяне, неожиданные победители в трудных ситуациях, бюрократические герои и информаторы [12]. Конечно, данный перечень несколько произволен и отражает взгляды исследователей, однако хорошо «работает» в эмпирических исследованиях, тем более что выделенный авторами «социальный героизм» сегодня стал предельно актуален в формате «повседневного героизма».

Например, при участии Зимбардо в Венгрии было проведено исследование того, как люди понимают (и разграничивают) героизм и повседневный героизм [33]: более чем тысяча респондентов в возрасте от 15 до 75 лет назвала пять слов/словосочетаний, описывающих героя (одна половина выборки) или повседневного героя (вторая половина выборки), т.е. применялся метод ассоциаций. Выделенные по итогам опроса характеристики сопоставлялись по критериям масштаба, публичности, сложности, распространенности и особых возможностей (Табл. 1).

Таблица 1

Сравнение понятий «герой» и «повседневный герой»

Характеристика	Герой	Повседневный герой
Масштаб	Влияет на большое количество людей (одно событие оказывает трансформирующее воздействие и вдохновляет)	Оказывает локальное/ограниченное влияние на общество
Публичность	Достигает известности и пересекается со знаменитостями, образцами для подражания, спортивными звездами и лидерами	Остается незамеченным
Сложность	Сталкивается со значительными жертвами или риском для жизни	Сталкивается с социальным вызовом
Распространенность	Героические поступки случаются изредка/в особых обстоятельствах	Повседневный героизм возможен в привычных ситуациях
Особые возможности	Герой ассоциируется с особыми способностями или неординарным характером	Повседневный герой не обладает особыми чертами или выдающимися способностями

Ассоциации с понятием «герой» в основном были абстрактными: храбрый, самоотверженный, сильный, полезный, бескорыстный, стойкий, честный, смелый и жертвенный; среди конкретных ассоциаций доминируют «воин», «ролевая модель» и «спаситель». Ассоциации с повседневным героем также многообразны: абстрактные — полезный, храбрый, бескорыстный,

самоотверженный, выносливый, скромный, честный, внимательный, любящий, добрый и решительный (ценности); конкретные — пожарный, санитар, мать и врач (роли и профессии). Характеристики «полезный», «храбрый», «самоотверженный» и «честный» относятся как к герою, так и к повседневному герою, но для героя респонденты чаще выбирают определения/эпитеты, а для повседневного героя — чаще профессии, социальные роли или конкретных персонажей. Иными словами, социальные представления о героизме — это набор абстрактных ценностей и характеристик, где отсутствуют четкие границы с такими родственными терминами, как «знаменитости», «звезды», «образцы для подражания» и «мученики», что, в частности, противоречит разделению героических поступков на «героизм с большой буквы» и «героизм с маленькой буквы» [25].

В целом эмпирическое изучение героизма сосредоточено на поиске ответов на два основных вопроса: зачем людям нужны герои и что делает человека героем в глазах общества. Так, Дж. Андерсон [20] провел анализ сообщений о вручении высшей военной награды США — медали почета: с 1863 по 1979 годы были награждены 3369 человек, из них случайным образом были выбраны 337 награжденных, и три «эксперта» систематизировали цитаты об их военных подвигах. В Таблице 2 представлены результаты этой работы — от наиболее частого «подвига» к самому редкому. Преодоление себя оказалось главным основанием награждения, особенно в контексте военных действий — это тип «преодолевший трудности/неожиданный победитель» или «герой-вдохновитель». На втором и третьем местах — героические поступки, присущие героям-воинам и героям-спасателям, остальные можно отнести к героям-вдохновителям. Исследование интересно тем, что в центре внимания находятся герои-воины (речь идет о военной награде), но больше всего наград были выданы за проявления героизма, напрямую не связанные с военной деятельностью, — за преодоление себя.

Таблица 2

Подвиги награжденных героев

Описание	Название
Преодолеывает травмы/болезни	Преодоление травмы
Освобождает/спасает кого-то	Спасение жизни
Рискует жизнью, подвергает себя опасности	Принятие опасности
Принимает командование, берет на себя руководство	Принятие командования
Остается победителем, когда все против него	Победа при небольших шансах
Не упускает возможностей	Использование возможностей
Предан долгу	Преданность долгу
Подает пример	Личный пример

Р. Джонсон [32] провел аналогичное исследование гражданских наград (не по долгу службы) на основе таких сведений, как привела ли спасательная операция к смерти героя или тех, кого он пытался спасти; возраст и пол спасателя и спасаемого; род занятий и место жительства спасателя; родство между спасателем и спасенным или были ли они знакомы. В 1989 по 1995 годы Фонд Карнеги признал героями 676 человек, 92 % героических поступков совершили мужчины; женщины чаще спасали родственников или знакомых, а мужчины — незнакомых; почти каждая пятая попытка спасения приводила к гибели спасателя. Среди спасателей больше жителей небольших городов и сел, что объясняется теорией взаимного альтруизма [37]: люди поступают альтруистично, надеясь, что другие поступят с ними так же, когда они будут в этом нуждаться.

В 2014 году был проведен опрос, чтобы выяснить, кого американцы считают героем (1) — респондентам предлагалось ответить на открытый вопрос. Каждый третий (32 %) назвал героем члена семьи (26 % — родителей), 21 % — военных, 19 % — религиозных деятелей и/или божеств, 18 % — врачей и сотрудников экстренных служб, 17 % — президентов США, 12 % — общественных активистов, 11 % — знаменитостей. Также респондентам было предложено выбрать из списка причины, почему того или иного человека можно считать героем: поступает правильно, несмотря на личный риск (76 %); не сдаётся, пока не достигнет цели (65 %); сохраняет спокойствие в кризисной ситуации и делает больше, чем от него ожидают (по 64 %); меняет общество к лучшему (63 %); преодолевает невзгоды (61 %); не ждет признания и благодарности (57 %) — по сути, речь идет о герое-вдохновителе. Хотя американцы называют героями военных, в условном «рейтинге героев» лидируют религиозные деятели/божества, политические деятели и активисты, и далеко не все представленные в перечне персоналии обладают названными «героическими качествами», т.е. наблюдается расхождение между представлениями о герое и тем, кого конкретно можно назвать героем. Сопоставление списка личностей, которых американцы считают героями, с официальным списком героев, который размещен на сайте Министерства внутренних дел США (2) (31 человек), показало не так много совпадений: президенты Р. Рейган, А. Линкольн и Дж. Вашингтон, генерал Дж. Паттон, активисты Б. Грэм и М.Л. Кинг. Дело в том, что на сайте МВД США указаны исторические деятели, а простые люди считают героями современников или культовых персонажей, любые классификации героев весьма условны, и представления о героизме неоднозначны (не все «официальные» герои подходят под обыденные типы и трактовки героизма).

В 2018 году С.Т. Эллисон провел онлайн-опрос 202 представителей поколения Y (миллениалов) — рожденных с 1980 по 2000 годы — в США. Респондентам предлагалось выбрать качества, которыми должен обладать герой: умный (56 %), вдохновляющий (52 %), сильный (50 %), харизматичный

(42 %), самоотверженный (33 %), жизнерадостный (39 %), заботливый (23 %), надежный (16 %). Эллисон сделал вывод, что миллениалы ценят силу и интеллект, видимо, как вдохновляющие на свершения [17]. Согласно результатам исследования 2019 года, люди, совершившие героические поступки, обладают четырьмя общими чертами: ранее задумывались о том, как будут действовать в случае, если понадобится их помощь; не делят людей на «своих» и «чужих», испытывают сочувствие даже к тем, кто не похож на них; регулярно помогают окружающим (повседневный героизм); у них есть опыт, вселяющий уверенность, что им удастся разрешить рискованную ситуацию [36].

В России относительно немного исследований посвящено героизму (даже если учитывать близлежащие темы): опрос ВЦИОМ «Герой нашего времени» в 2007 году (3); проект ФОМ и телеканала «Россия» «Исторические деятели России, оказавшие наибольшее влияние на судьбу страны» в 2008 году (4); «Рейтинг героев» ФОМ за 2009 год (5); опрос ВЦИОМ о качествах героя в 2019 году (6); проект ВЦИОМ в 2020 году — россияне называли людей года (7) и несколько схожих опросов (8–10) [см. подробнее в: 13]. Так, в 2019 году главными качествами «героя нашего времени» россияне назвали: честность, порядочность, справедливость и ответственность (36 %), доброжелательность и человечность (19 %), активность и коммуникабельность (18 %), храбрость и мужество (13 %), равнодушие и альтруизм (10 %) (6). Человек, олицетворяющий 2020 год, — честный, порядочный и справедливый (13 %), скорее всего врач или учитель (9 %), активный, коммуникабельный, инициативный и целеустремленный (8 %), храбрый, бесстрашный, сильный характером (8 %). Качества героя незначительно отличаются от опросов прошлых лет, но акцент был сделан на профессиях врачей и учителей: в условиях пандемии чаще всего героями года россияне называли медиков (55 %), сотрудников МЧС (31 %), вирусологов и разработчиков вакцины (22 %). К антигероям россияне отнесли спекулянтов, которые завышали стоимость лекарств и создавали дефицит продуктов и медикаментов (44 %), паникеров (30 %), политиков, зарабатывающих очки на критике пандемийных ограничений (21 %), ковид-диссидентов (19 %) и руководителей регионов, не справившихся с пандемией коронавируса (11 %) (11).

Ежегодно ВЦИОМ публикует результаты опросов россиян о самых значимых фигурах года. Конечно, о героях и героизме в классическом смысле речь, как правило, не идет, однако подразумевается указанное выше свойство героического — выделение из общей массы (Табл. 3). За период с 2008 по 2021 годы наиболее устойчивыми оказались представления о главном политическом деятеле страны — им неизменно остается В.В. Путин. Представления о самых популярных спортсменах меняются чаще всего, поскольку зависят от успехов на ежегодных соревнованиях: исключениями могут стать ситуации, когда спортсмен попадает в медийный скандал или участвует в рейтинговых телешоу. То же самое можно сказать о медийных

персонах, которые чаще других оказываются на виду у широкой общественности по самым разным причинам (скажем, Д. Хворостовский был назван музыкантом 2017 года вследствие своей трагической смерти (причем за месяц до опроса), а А. Градский — по той же причине в 2021 году. Видимо, задавать респондентам прямой вопрос о том, кого они считают знаковой личностью (или героем), нецелесообразно, так как среднестатистические ответы будут обусловлены не столько убеждениями, сколько медийной повесткой.

Таблица 3

Итоги года в лицах (2008–2021)

Год	Политик	Спортсмен	Музыкант	Писатель	Актер
2008	Путин (60 %)	Аршавин (18 %)	Билан (17 %)	Солженицын (7 %)	Хабенский (14 %)
2009	Путин (50 %)	Аршавин (18 %)	Басков (8 %)		Хабенский (7 %)
2010	Путин (55 %)	Аршавин (11 %)	Киркоров (8 %)	Донцова (8 %)	Безруков (4 %)
2011	Путин (38 %)	Аршавин (5 %)	Киркоров (11 %)	Донцова, Акунин (3 %)	Безруков (9 %)
2012	Путин (54 %)	Плющенко (9 %)	Михайлов (9 %)	Донцова (8 %)	Безруков (7 %)
2013	Путин (44 %)	Плющенко (10 %)	Киркоров (6 %)	Донцова (6 %)	Безруков (7 %)
2014	Путин (71 %)	Плющенко (6 %)	Крутой (5 %)	Донцова (4 %)	Нагиев (5 %)
2015	Путин (74 %)		Киркоров (6 %)		Безруков, Хабенский (5 %)
2016	Путин (64 %)	Исинбаева (8 %)	Киркоров (7 %)	Донцова (3 %)	Козловский, Безруков (5 %)
2017	Путин (58 %)	Шипулин, Овечкин, Медведева (4 %)	Хворостовский (14 %)	Донцова, Акунин (2 %)	Безруков, Хабенский (5 %)
2018	Путин (46 %)	Загитова, Медведева (11 %)	Киркоров (10 %)	Донцова, Пушкин (2 %)	Безруков (8 %)
2019	Путин (46 %)	Нурмагомедов, Загитова (7 %), Дзюба (6 %)	Киркоров, Мацуев (5 %)	Донцова, Пушкин (2 %)	Петров, Хабенский (4 %)
2020	Путин (38 %)	Нурмагомедов (10 %), Дзюба (8 %)	Киркоров (6 %)	Прилепин (3 %) и Акунин (2 %)	Хабенский (5 %), Петров (4 %)
2021	Путин (38 %)	Аверины, Медведев (4 %), Большунов (3 %)	Градский (9 %), Киркоров (4 %)	Пушкин, Прилепин, Пелевин (2 %)	Хабенский (4 %), Петров, Безруков (3 %)

В 2022 году многие категории были исключены из опроса, в частности «политик года» и рейтинги спортсменов, писателей и актеров. Из традиционных рубрик остался только раздел «музыканты года», среди которых лидируют Газманов (14 %) и Shaman (13 %), а Киркоров набрал 8 %. Однако респон-

денты отвечали на вопросы о том, кого считают героем — военнослужащих в горячих точках (54 %), врачей (38 %) и сотрудников МЧС (32 %) — и какие качества отличают героя: отважность, героизм и смелость (9 %); патриотизм и верность родине (7 %). В сравнении с 2020 годом респонденты стали чаще выбирать волонтеров и соцработников (20 % против 15 %), что может быть связано со специальной военной операцией (10).

В целом за прошедшее десятилетие наиболее значимые герои прошлого и настоящего в стране не изменились (перечень, а не уровень популярности). С 1989 года к самым выдающимся личностям всех времен и народов россияне относят И. Сталина (39 %), В. Ленина (30 %), А. Пушкина (23 %), Петра I (19 %) и В. Путина (15 %) (9) [2]. Хотя представления о героях заметно различаются по поколениям, ряд исторических личностей важен для всех возрастных групп (И.В. Сталин, В.В. Путин, А.С. Пушкин, В.И. Ленин, Петр I и др.), т.е. можно предположить, что в массовом сознании сложился устойчивый образ «героя своего времени» (Табл. 4).

Таблица 6

**Самые выдающиеся люди всех времен и народов
(в %, открытый вопрос, список ранжирован по данным за май 2021 года)**

Персона	1994	1999	2003	2008	2012	2017	2021
И. Сталин	20	35	40	36	42	38	39
В. Ленин	34	42	43	34	37	32	30
А. Пушкин	23	42	39	47	29	34	23
Петр I	41	45	43	37	37	29	19
В. Путин			21	32	22	34	15
Ю. Гагарин	8	26	33	25	20	20	13
Г. Жуков	14	20	22	23	15	12	12
Л. Брежнев	6	8	12	9	12	8	10
А. Эйнштейн	5	6	7	7	7	7	9
Д. Менделеев	6	12	13	13	12	10	8
М. Ломоносов	13	18	17	17	15	10	8
А. Сахаров	17	8	9	6	6	2	7
Л. Толстой	8	12	12	14	24	12	7
А. Суворов	18	18	16	16	12	10	7
Екатерина II	10	10	11	8	11	11	6
М. Лермонтов	5	9	10	9	8	11	6
М. Кутузов	11	11	10	11	12	7	5
Наполеон I	19	19	13	9	13	9	5
С. Королев	6	9	11	10	4	5	5
А. Гитлер	9	7		6	10	5	5

По данным опроса, проведенного в феврале 2021 года, школьники (6–11 классы) считают героями, в первую очередь, своих родителей, бабушек и дедушек (26 %), на втором месте персонажи кино и мультфильмов — Железный Человек, Человек-Паук и Наруто (10 %); далее идут герои Великой Отечественной войны и современные военные (5,4 %), Ю. Гагарин (3 %), В. Путин (2,6 %) и врачи (2,4 %), сотрудники МЧС и полиции (2,1 %), спортсмены и зарубежные актеры (2 %); по 1 % набрали маршалы Г. Жуков и М. Кутузов, В. Ленин и З. Космодемьянская; 23,4 % школьников не смогли назвать своих героев (12). Несмотря на постоянно звучащие в СМИ опасения старших поколений о нравственном облике современной молодежи, российские студенты в целом поддерживают идеи подвига, жертвенности и героического образца [3]: так, 73 % опрошенных студентов согласны с тем, что «человек должен быть готов к подвигу каждую минуту», т.е. поддерживают фундаментальную советскую идею «будь готов». Однако прямые вопросы в изучении представлений о героизме вряд ли достаточны — вероятнее всего, ответы респондентов воспроизводят устойчивые социальные стереотипы о героизме, а не их личное мнение. Кроме того, большая часть исследований героизма ориентирована скорее на «идентификацию» героев, чем на поиски ответов на вопросы, почему люди «назначают»/считают кого-то героем и какой смысл вкладывают в само понятие «герой».

В 2020 году мы провели всероссийский онлайн-опрос с помощью собственного инструментария: были опрошены представители четырех возрастных групп — 14–19 лет, 20–29, 30–49 и 50–69 (N=800); цель — выявление, систематизация и сопоставление представлений о героизме у российских поколений. В 2022 году было проведено повторный опрос на основе того же инструментария и выборки — чтобы сравнить данные.

Согласно результатам опроса 2020 года, под героизмом респонденты понимают, прежде всего, «самопожертвование, способность к подвигу» (59 %), «самоотверженность, мужество, храбрость» (57 %) и «стремление в любой ситуации бороться за справедливость, защищать слабых» (41 %). Реже всего героизм трактуется как «вершина добродетели, идеальный тип поведения, на который должен ориентироваться каждый человек» (18 %), особенно в старшей группе: 19 % респондентов в возрасте 14–19 лет и 9 % 50–69-летних. Вариант «общее положительное качество личности, концентрация физических, психических, духовных и нравственных сил» выбрал каждый четвертый (24 %), и наибольшие различия наблюдаются между группой 20–29-летних (29 %) и 50–69-летних (17 %). В 2022 году распределение трактовок героизма изменилось незначительно, но сократились доли самых популярных вариантов: «самоотверженность, мужество, храбрость» (48 %), «самопожертвование, способность к подвигу» (46 %), «стремление в любой ситуации бороться за справедливость, защищать слабых» (41 %), «вершина добродетели, идеальный тип поведения, на который должен ориентировать-

ся каждый человек» (19 %). Причем разброс ответов самой младшей и самой старшей групп увеличился: последний вариант выбрало 29 % респондентов в младшей группе и лишь каждый десятый в старшей. Вариант «стремление в любой ситуации бороться за справедливость, защищать слабых» в самой старшей группе выбрало 28 % в 2020 году и 34 % в 2022, а в группе 30–49-летних он, напротив, утратил позиции (соответственно, 46 % против 33 %).

Респондентам был предложен список суждений, с которыми нужно было выразить свое согласие/несогласие (Табл. 5).

Таблица 5

Согласие с суждениями (в %)

Определения	2020	2022	Ранг
Героические поступки во благо других могут сделать человека счастливым	88,9	83,5	1
Герой никогда не руководствуется собственной выгодой	85,2	80,9	1
Героические поступки как преодоление себя могут сделать человека счастливым	84,3	80,3	1
Героизм — это проявление любви: человек способен на героические поступки ради тех, кого любит (родители, супруг/супруга, дети)	84,2	83,4	1
Героизм не обязательно связан с риском, это может быть помощь другим людям, например, благотворительность	78,3	83	2–1
Любой человек может стать героем, если его правильно воспитать	77,9	77	2
Большинство людей способны на героические поступки — нужен лишь правильный настрой и соответствующие обстоятельства	75,8	73,9	2
Героизм — многогранное понятие: герой для одних может быть злодеем для других	75,3	80	2–1
Героизм — это проявление любви к своей родине, народу	73,4	70,4	2
Герой не тот, кто выполняет служебный долг, а тот, для кого героический поступок не является само собой разумеющимся	72,4	73	2
Герой не может поступать несправедливо по отношению к другим	69,1	64,2	3
Человека нельзя считать героем, если он афиширует свои подвиги (совершает их напоказ)	66,3	63,5	3
Героями можно назвать тех, кто честно и усердно выполняет свою работу	61,7	66,1	3
Герой — это собирательный образ, отражающий главные черты своего поколения	59,1	59,8	3
Герой должен рисковать собой, чтобы считаться героем	45,2	39,6	4
Сегодня настоящих героев можно увидеть только в кино	20,6	19,4	5

Если условно проранжировать утверждения по доле выбравших их респондентов, то распределение трактовок героя будет следующим:

1. Свыше 80 % респондентов считают, что «героические поступки во благо других могут сделать человека счастливым» (89 % в 2020 году и 84 % — в 2022), как и «героические поступки как преодоление себя» (84 % и 80 %; чаще так считают женщины — 87%/81 % против 83%/77 %); «герой никогда не руководствуется собственной выгодой» (85 % и 81 %); «героизм — это проявление любви» (84 % и 83 %). В 2022 году в эту группу вошли трактовки героизма как «необязательно связанной с риском помощи другим» (83 % против 78 % в 2020 году; в 2022 году наблюдается разрыв между самой старшей и самой младшей группами: 72 % против 90 %, хотя в 2020 году с этим суждением согласился 61 % 50–69-летних респондентов); и «многогранного понятия: герой для одних может быть злодеем для других» (80 % и 75 %; в самой старшей группе доля согласных с этим утверждением возросла с 67 % до 75 %), хотя изменения показателей незначимы.
2. От 70 % до 80 % опрошенных полагают, что при правильном воспитании «любой может стать героем» (78 % в 2020 году и 77 % — в 2022; чаще так считают 20–29-летние — 83 %), «большинство людей способны на героические поступки» (76 % и 74 %; реже с этим согласны представители самого старшего поколения — 65 % и 63 %), «героизм — это проявление любви к своей родине, народу» (74 % и 70 %; чаще так считают респонденты в самой старшей группе — 82 % и 77 %, а не в самой молодой — 64 %), но не из служебного долга (72 % и 73 %).
3. От 59 % до 69 % респондентов уверены, что «герой не может поступать несправедливо» (69 % и 64 %; среди 50–69-летних снизилась доля согласных с этим определением — с 81 % до 67 %) и «афишировать свои подвиги/совершать их напоказ» (66 % и 64 %; чаще так считают мужчины — 78 % против 59 %, а также старшие поколения — почти 80 % старше 30 лет и лишь каждый второй — младше 30 лет), он «честно и усердно выполняет свою работу» (61 % и 66 %; чаще подростки, чем респонденты в самой старшей группе — 74 % против 51 %), но в то же время «герой — это собирательный образ своего поколения» (59 % и 60 %; возросла доля разделяющих это убеждение в самой старшей группе — с 41 % до 52 %).
4. Со значительным отставанием от перечисленных качеств героя следует риск как обязательный элемент героизма (45 % и 40 %; чаще так считают мужчины — 52 % против 39 % и 45 % против 34 %).
5. Лишь примерно каждый пятый опрошенный (21 % и 19 %) пессимистично полагает, что в наше время «настоящих героев можно увидеть только в кино» (доля уверенных в этом подростков возросла с 11 % до 19 %).

Иными словами, главными качествами героя россияне считают бескорыстную способность преодолеть себя во благо других, которая делает человека счастливым, причем героический поступок необязательно связан с ри-

ском и не всегда воспринимается однозначно, поэтому большинство людей способны на героические поступки — при должном воспитании, правильном настрое и в соответствующих обстоятельствах. Несколько менее значимы для героя неприятие несправедливости и показушности, а также рутинный характер героизма и олицетворение главных черт своего поколения.

Респондентам было предложено выбрать из списка поступки, которые они считают героическими (Рис. 1).

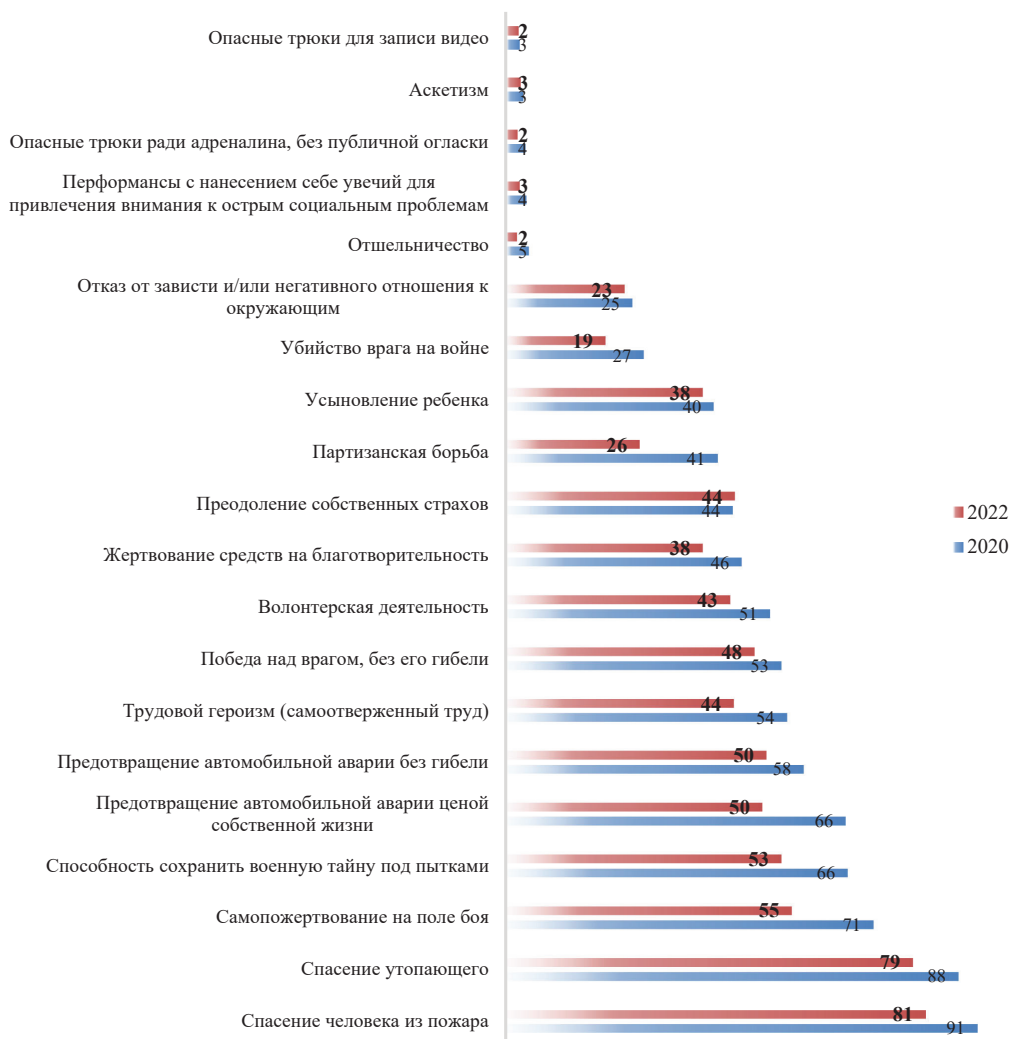


Рис. 1. Героические поступки (в %)

Основными и неизменными героическими поступками респонденты считают спасение человека в экстренной ситуации — из пожара (91 % в 2020 году и 81 % — в 2022) или от утопления (88 % и 79 %). Изменение

данных и всех прочих показателей, видимо, следует объяснять объективными социальными реалиями (с февраля 2022 года многие из перечисленных вариантов превратились из весьма абстрактных в предельно возможные «здесь и сейчас»), потому что они затронули все определения героического поступка, хотя и в несколько разной степени. Так, на условном втором месте оказались самопожертвование на поле боя (71 % и 55 %) и сохранение военной тайны под пытками (66 % и 53 %), предотвращение автомобильной аварии ценой жизни (66 % и 50 %) или без гибели (58 % и 50 %), трудовой героизм (54 % и 44 %), победа без уничтожения врага (53 % и 48 %) и волонтерство (51 % и 43 %). На условном третьем месте — благотворительность (46 % против 38 %), преодоление своих страхов (по 44 %), усыновление ребенка (40 % и 38 %) и партизанская борьба в 2020 году (41 %), но не в 2022 (26 %). На условном четвертом месте — убийство врага на войне (27 % и 19 %) и отказ от зависти/негативного отношения к окружающим (25 % и 23 %). Все прочие «самовыражения» россияне героизмом не считают — отшельничество и аскетизм, опасные перформансы ради адреналина, заработка или иных целей.

Респондентам было предложено оценить примеры героизма с точки зрения того, насколько они соответствуют их личным представлениям, и был составлен следующий условный рейтинг «героев» (он практически не изменился в 2022 году):

1. обычные люди, которые пытаются спасти других, сознательно подвергая себя опасности по велению души (82 %);
2. люди, по долгу службы участвующие в военных или спасательных операциях и готовые к серьезным травмам или гибели (военные, полицейские, сотрудники МЧС, пожарные и т.д.) (72 %); а также люди, возглавляющие группу в сложные периоды (война, техногенная катастрофа и др.) ради ее выживания (68 %);
3. альтруисты, первыми приходящие на помощь (59 %; реже так считают представители самой старшей группы — 45 %); люди, добившиеся успеха и/или признания, несмотря на физические или иные ограничения, и став примером для других (58 %); исследователи неизвестных пространств/новых методов (53 %);
4. сотрудники крупных организаций, противостоящие системе ради высоких целей, несмотря на давление (46 %); публично разоблачившие незаконную или неэтичную деятельность, чтобы изменить ситуацию, а не ради признания/вознаграждения (42 %; реже представители самой старшей группы — 33 %);
5. религиозные лидеры, запустившие масштабные политические изменения, или политики, чья система убеждений меняет общество (18 %; реже представители самого старшего поколения — 8 %); люди, посвятившие себя религиозному служению, аскеты, отказавшиеся от мирских благ (17 % и 8 %).

Соответственно, самыми важными качествами героя для всех поколений являются (Рис. 2): прежде всего, сила духа (77 % в 2020 году, 68 % — в 2022); на условном втором месте — справедливость (62 % и 59 %), самоотверженность (61 % и 54 %), ответственность (56 % и 54 %) и честность (56 % и 55 %); на третьем — ум (40 % и 41 %) и надежность (49 % и 45 %); на четвертом — скромность (28 % и 25 %), физическая сила (19 % и 23 %) и умение вдохновлять (16 % и 18 %), а также в 2022 году жизнерадостность (15 %), в 2020 году вошедшая в пятую группу (11 %) вместе с харизмой (8 % в 2020 году, 10 % — в 2022), чувством юмора (8 % и 11 %), хитростью (7 % и 9 %) и авантюризмом (5 %). Иными словами, «ядром» личности героя россияне считают силу духа, а также самоотверженное, ответственное и честное служение справедливости. Социально-демографические различия здесь незначительны: женщины и молодые поколения несколько больше ценят честность и справедливость, тогда как мужчины и старшие поколения — самоотверженность; 20–29-летние — ум и ответственность, подростки — харизму и хитрость; старшие поколения — надежность, чувство и авантюризм, но не умение вдохновлять. Изменения характеристик героя в 2022 году наблюдаются, но это незначительные колебания ряда показателей (снизились/повысились; исключение — «сила духа»), но не «ядра» и «периферии» его личных качеств.

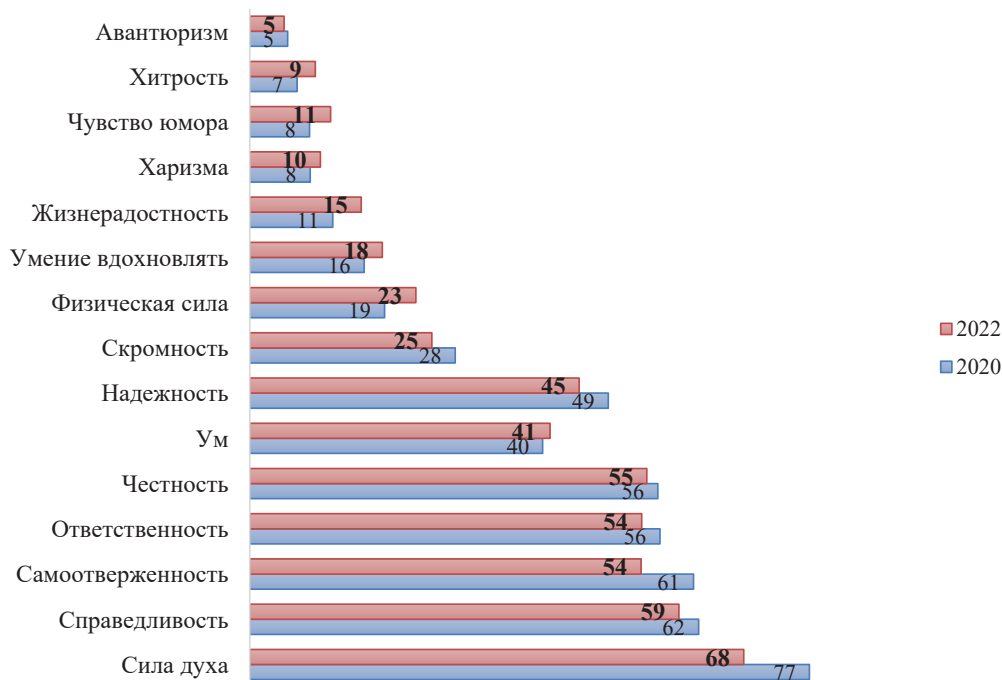


Рис. 2. Главные качества героя (в %)

В анкету был включен открытый вопрос о понимании словосочетания «повседневный героизм», который часто встречается в работах западных ученых. Для молодых поколений почти в равной степени характерны три трактовки: рутинные хорошие поступки (уступить место в транспорте, перевести пожилого человека через дорогу, благотворительность); выполнение своей работы людьми, чья профессиональная деятельность связана с риском (МЧС, военные, врачи); преодоление себя. В 2020 году 20–29-летние чаще называли врачей «повседневными героями», в 2022 — профессиональных спасателей; 30–49-летние чаще затруднялись с ответом на данный вопрос, но в целом считают повседневным героизмом и ежедневные хорошие поступки (чаще, чем подростки), и честное выполнение трудовых обязанностей; представители самой старшей группы в подавляющем большинстве относят к повседневному героизму честный и усердный труд на своем рабочем месте, а в 2022 году стали отмечать и умение сохранять положительные качества в тяжелых жизненных условиях.

Респондентам было предложено завершить предложение «Герой никогда не будет...»: в 2020 году среди закрытий доминировали «врать», «выставлять свои поступки напоказ», «обижать слабых», «действовать ради выгоды», «бояться»; 30–49-летние чаще добавляли «не будет одинок» и «не будет забыт». В 2022 году принципиальных изменений в ответах не наблюдается, за исключением того, что чаще стал встречаться вариант «хвастаться своими подвигами» во всех возрастных группах. Закрытия данного неоконченного предложения близки определению лжегероя: «выставляет свои поступки напоказ»; «присваивает чужие заслуги»; «ради внимания окружающих придумывает подвиги, которых не совершал»; «совершает героические поступки ради выгоды». Однако большинство респондентов затруднились охарактеризовать антигероя (в литературе — полная противоположность героя, человек с отрицательными чертами, злодей), видимо, не видя его принципиальных отличий от лжегероя (в целом определения антигероя более кинематографичны, а лжегероя — близки реальной жизни).

Завершая предложение «Любой человек может стать героем, если...», большинство 14–19-летних указало «если захочет» или «у него правильное воспитание»; 20–29-летние чаще указывали конкретные качества (храбрость, сила духа, самоотверженность, честность; в 2022 году добавились доброта, справедливость и отсутствие эгоизма); 30–49-летние чаще отмечали храбрость и веру в собственные силы, а старшее поколение — соответствующие обстоятельства, но только при условии правильного воспитания. Соответственно, в ответах на вопрос, кого бы респонденты поставили в пример современным детям, в контексте предшествующих вопросов о героизме, однозначно лидируют участники Великой Отечественной войны (78 % в 2020 году и 71 % — в 2022) и сотрудники МЧС (69 % и 64 %), т.е. «военный» и «спасительный» героизм по долгу

службы/спасения беззащитных в экстремальных условиях; на втором месте — «простые трудяги, честно выполняющие свою работу» (59 % и 57 %), т.е. повседневный «трудовой» героизм; далее в порядке снижения долей ответивших идут представители сложных, ответственных и социально наиболее «видимых» профессий — космонавты (48 % и 41 %), профессиональные военные (38 % и 39 %), ученые (36 % и 35 %), полицейские (28 % и 27 %) и спортсмены (28 % и 33 %). Реже всего в качестве примера упоминаются представители таких профессиональных групп, как «успешные бизнесмены» (12 % и 15 %) и музыканты (8 % и 9 %), а также актеры (6 % и 7 %) и политики (4 % и 5 %), причем «показательный» потенциал двух последних групп даже меньше, чем сказочных персонажей из приключенческих фильмов (8 %) или кинематографических супергероев (8 % и 7 %). Принципиальных поколенческих различий здесь не прослеживается, но подростки чаще выбирали успешных бизнесменов, политиков, полицейских, музыкантов и актеров, а самое старшее поколение — солдат-участников Великой Отечественной войны и космонавтов; в 2022 году респонденты до 30 лет стали реже указывать солдат-участников Великой Отечественной войны (две трети против 64 %).

В анкету были включены вопросы, связанные с кинематографом как популяризатором примеров/форматов героического поведения [14]. В 2020 году респондентам было предложено назвать пять кинофильмов, в которых, на их взгляд, персонажи совершают героические поступки, указать конкретного персонажа и поступок, благодаря которому его можно считать героем, жизнь какого персонажа они хотели бы прожить, и на кого хотели бы быть похожи. Респонденты либо затруднялись ответить, либо отвечали столь разнообразно, что систематизировать полученные данные не представлялось возможным. Поэтому в 2022 году в анкету были включены два других вопроса, связанных с кинематографом: «Какие герои больше всего отталкивают вас в кинофильмах?» и «Как вам кажется, каких художественных фильмов сегодня не хватает в России?».

Условный рейтинг отталкивающих персонажей возглавили «предатели» (43 % в 2020 году, 41 % — в 2022); почти каждый третий респондент назвал самовлюбленных/надменных (31 %), трусов (30 % и 28 %) или алчных/меркантильных (29 % и 27 %), а также жестоких (30 %, но 23 % в 2022 году); примерно каждый четвертый — льстивых (26 % и 24 %), чрезмерно глупых (25 %, но 20 % в 2022 году), завистливых (24 % и 26 %), избалованных (23 %) и эгоистичных (22 % и 26 %); каждый пятый — безразличных к чужим проблемам (21 %), циничных (20 % и 18 %), паникеров (18 %), слишком положительных (18 % и 20 %), мстительных (17 % и 18 %) и властолюбивых (17 % и 18 %); 16 % — занудных, 14 % — ленивых, 13 % — безответственных по отношению к своей работе, т.е. отталкивают респондентов, прежде всего активно и негативно отвратительные персонажи. Реже всего опрошенные негативно

воспринимают неспособных постоять за себя тихонь, инфантильных, апатичных/депрессивных, безликих/ничем непримечательных или, напротив, резких и бесцеремонных персонажей (каждый десятый), еще реже — чрезмерно оптимистичных, любопытных или рассеянных (менее 6 %), т.е. нейтральных или слишком положительных с общепринятой точки зрения персонажей.

Что касается фильмов, которых сегодня не хватает в России, то, по мнению респондентов, это, прежде всего, фильмы про честных и добрых людей (примерно 44 %) и про дружбу (37 %); каждый третий назвал фильмы про простых тружеников или про вдохновляющих своей жизнью людей, а также про историю России; каждый четвертый — фильмы про борцов с несправедливостью и патриотизм; каждый пятый — про военные подвиги, науку, современное общество и подростков; каждый седьмой — про детей; каждый десятый — про пожилых и российских супергероев, т.е. в обществе очевиден социальный запрос на кинофильмы про повседневную жизнь простых честных и добрых людей в прошлом и настоящем, которые способны дружить, работать и вдохновлять других своим бескорыстным и самоотверженным профессиональным или социальным служением. Это подтверждает реконструированный выше и общий для всех российских поколений приоритетный образ «героя-спасателя», совершающего героический поступок и способного на самопожертвование не по долгу службы, а по велению души, причем этот выбор может сделать человека счастливым. Поколенческие различия проявились, в первую очередь, между самой младшей (14–19 лет) и самой старшей (50–69 лет) группами: хотя все респонденты отдают приоритет именно «герою-спасателю», молодежь склонна к более мирным/повседневным трактовкам героизма, ставя на второе по значимости место «героя-благотворителя», а старшее поколение отдает предпочтение военному героизму — «герою-воину».

Примечания

- (1) Many Americans find their heroes in family members // URL: <https://theharrispoll.com/new-york-n-y-november-6-2014-when-the-harris-poll-asked-american-adults-to-consider-the-top-three-people-they-admire-enough-to-call-a-hero-of-those-who-answered-three-out-of-ten-listed-a-fam>.
- (2) U.S. Department of the Interior // URL: <https://www.doi.gov/american-heroes/heroes>.
- (3) Герой нашего времени. 2007 // URL: <http://gtmarket.ru/news/culture/2007/10/02/2203>.
- (4) Исторические деятели России, оказавшие наибольшее влияние на судьбу страны // URL: <http://bd.fom.ru/report/map/istd2>.
- (5) Рейтинг героев. 2009 // URL: https://bd.fom.ru/report/whatsnew/press_r91209.
- (6) Врач, спасатель и военный: герой нашего времени // URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10058>.
- (7) Киркоров, Хабиб, Прилепин и Дудь: россияне назвали ВЦИОМ людей года // URL: <https://www.ridus.ru/news/343904>.
- (8) Итоги 2021 года и ожидания от 2022 // URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/itogi-2021-goda-i-ozhidaniya-ot-2022-go>.
- (9) Самые выдающиеся личности в истории // URL: <https://www.levada.ru/2021/06/21/samy-e-vyda-yushhiesya-lichnosti-v-istorii>.

- (10) Итоги 2022: события, герои, планы на новогодние праздники // URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/itogi-2022-sobytiya-geroi-plany-na-novogodnie-prazdniki>.
- (11) Герои года. 2020 // URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/geroi-goda-2020>.
- (12) Российские школьники назвали своих героев // URL: <https://russian.rt.com/russia/news/834111-shkolniki-opros-geroi>.

Библиографический список/References

1. *Акимов А.Е.* Физика героизма духа // Три ключа. Педагогический вестник. 2004. Вып. 8 / Akimov A.E. Fizika gerioizma dukha [Physics of the spiritual heroism]. *Tri Klyucha. Pedagogicheskyy Vestnik*. 2004; 8. (In Russ.).
2. *Алексеев А.А.* Самые выдающиеся исторические личности по мотивам опросов Левада-центра¹ (1989–2017) / Alekseev A.A. Samye vydayushchiyesya istoricheskie lichnosti po motivam oprosov Levada-tsentra (1989–2017) [The most prominent historical figures according to the Levada Center polls (1989–2017)]. URL: <http://www.cogita.ru/a.n.-alekseev/andrei-alekseev-1/samye-vydayushchiyesya-istoricheskie-lichnosti>. (In Russ.).
3. *Миронец Е.В., Яковлева И.П.* Героизм в представлении студенческой молодежи // Научный журнал КубГАУ. 2016. № 119 / Mironets E.V., Yakovleva I.P. Gerioizm v predstavlenii studencheskoy molodezhi [Heroism in the student youth representations]. *Nauchny Zhurnal KubGAU*. 2016; 119. (In Russ.).
4. *Ожегов С.И., Шведова Н.Ю.* Толковый словарь Ожегова. 1949–1992 / Ozhegov S.I., Shvedova N.Yu. Tolkovy slovar Ozhegova. 1949–1992 [Ozhegov's Explanatory Dictionary. 1949–1992]. URL: <https://slovarozhegova.ru>. (In Russ.).
5. Основы духовной культуры (энциклопедический словарь педагога). Екатеринбург, 2000 / Osnovy dukhovnoy kultury (entsiklopedichesky slovar pedagoga). [Fundamentals of Spiritual Culture (Teacher's Encyclopedic Dictionary)]. Ekaterinburg; 2000. (In Russ.).
6. *Плахов В.Д.* Герои и героизм. Опыт современного осмысления вековой проблемы. М., 2008 / Plakhov V.D. *Geroi i gerioizm. Opyt sovremennoy osmysleniya vekovoy problem* [Heroes and Heroism. Contemporary Interpretation of the Age-Old Problem]. Moscow; 2008. (In Russ.).
7. Полный словарь иностранных слов, вошедших в употребление в русском языке. М., 1907 / Polny slovar inostrannykh slov, voshedshih v upotreblenie v russkom yazyke [Complete Dictionary of Foreign Words in the Russian Language]. Moscow; 1907. (In Russ.).
8. *Пропн В.Я.* Морфология волшебной сказки. Л., 2001 / Propp V.Ya. *Morfologiya volshebnoy skazki* [Morphology of the Folktale]. Leningrad; 2001. (In Russ.).
9. Словарь русского языка: в 4-х тт. / Под ред. А.П. Евгеньевой. М., 1999 / Slovar russkogo yazyka [Dictionary of the Russian Language]: in 4 vols. Ed. By A.P. Evgenieva. Moscow; 1999. (In Russ.).
10. *Соколова Б.Ю.* Проблема дефиниций понятия «герой» // Осознание культуры — залог обновления общества. Вклад современной науки в общечеловеческую культуру. Севастополь, 2009 / Sokolova B.Yu. Problema definitsiy ponyatiya “geroy” [Definitions of the concept “hero”]. *Osoznanie kultury — zalog obnovleniya obshchestva. Vklad sovremennoy nauki v obshchechelovecheskuyu kulturu*. Sevastopol; 2009. (In Russ.).
11. Толковый словарь Ушакова / Tolkovy slovar Ushakova [Ushakov's Explanatory Dictionary]. URL: <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=10163>. (In Russ.).
12. *Троцук И.В., Субботина М.В.* Социологическая трактовка понятий со сложной коннотацией: взаимосвязь героизма и счастья // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2019. № 12 / Trotsuk I.V., Subbotina M.V. Sotsiologic

¹ Российская негосударственная исследовательская организация «Аналитический центр Юрия Левады» («Левада-Центр») внесен Минюстом в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента.

- heskaya traktovka ponyatiy so slozhnoy konnotatsiyey: vzaimosvyaz geroizma i schastiya [Sociological interpretation of concepts with a complex connotation: Relationship of heroism and happiness]. *Gumanitarnye, Sotsialno-Ekonomicheskie i Obshchestvennye Nauki*. 2019; 12. (In Russ.).
13. Троцук И.В., Субботина М.В. Оценка влияния кинематографа на социальные представления о героизме: апробация одного подхода // Коммуникология. 2018. Т. 6. № 4 / Trotsuk I.V., Subbotina M.V. Otsenka vliyaniya kinematografa na sotsialnye predstavleniya o geroizme: aprobatsiya odnogo podkhoda [Assessment of cinematographic influence on social representations of heroism: Approbation of an approach]. *Communikologiya*. 2018; 6 (4). (In Russ.).
 14. Философский энциклопедический словарь. М., 1983 / Filosofsky entsiklopedichesky slovar [Philosophical Encyclopedic Dictionary]. Moscow; 1983. (In Russ.).
 15. Фрэй Д.Н. Как написать гениальный роман. СПб., 2005 / Frey J.N. *Kak napisat genialny roman* [How to Write a Brilliant Novel]. Saint Petersburg; 2005. (In Russ.).
 16. Шапошникова Л.В. Мудрость веков. М., 1996 / Shaposhnikova L.V. *Mudrost vekov* [Wisdom of the Ages]. Moscow; 1996. (In Russ.).
 17. Allison S.T. Millennials, heroes, and villains: The confluence of generational moral complexity. *Heroes and Villains of the Millennial Generation*. University of Richmond; 2018.
 18. Allison S.T., Goethals G.R. *Heroes: What They Do and Why We Need Them*. Oxford University Press; 2011.
 19. Allison S.T., Goethals G.R. *Heroic Leadership: An Influence Taxonomy of 100 Exceptional Individuals*. New York; 2013.
 20. Anderson J.W. Military heroism: An occupational definition. *Armed Forces & Society*. 1986; 12 (4).
 21. Atkinson C.D.E., Wesselmann E.D., Lannin D.G. Understanding why some whistleblowers are venerated and others vilified. *Heroism Science*. 2022; 7 (2).
 22. Bernstein A. The philosophical foundations of heroism. URL: <http://www.mikementzer.com/heroism.html>.
 23. Efthimiou O., Allison S.T. Heroism science: Frameworks for an emerging field. *Journal of Humanistic Psychology*. 2018; 58 (5).
 24. Efthimiou O. The hero organism: Advancing the embodiment of heroism thesis in the 21st century. S.T. Allison, G.R. Goethals, R.M. Kramer (Eds.). *Handbook of Heroism and Heroic Leadership*. New York; 2017.
 25. Farley F. The real heroes of “The Dark Knight” psychology today. 2012. URL: <https://www.psychologytoday.com/blog/the-peoples-professor/201207/the-realheroes-the-dark-knight>.
 26. Franco Z., Blau K., Zimbardo P. Heroism: A conceptual analysis and differentiation between heroic action and altruism. *Review of General Psychology*. 2011; 15 (2).
 27. Franco Z., Zimbardo P. *Celebrating Heroism and Understanding Heroic Behavior*. Palo Alto; 2006.
 28. Friend S.H., Schadt E.E. Clues from the resilient. *Science*. 2014; 244.
 29. Glazer M.P., Glazer P.M. On the trail of courageous behavior. *Sociological Inquiry*. 1999; 69.
 30. Goethals G.R., Allison S.T. Making heroes: The construction of courage, competence, and virtue. *Advances in Experimental Social Psychology*. 2012; 46.
 31. Hefner P. Embodied science: Recentering religion-and-science. *Zygon*. 2010; 45.
 32. Johnson R.C. Attributes of Carnegie medalists performing acts of heroism and of the recipients of these acts. *Ethology and Sociobiology*. 1996; 17.
 33. Keczer Z., File B., Orosz G., Zimbardo P.G. Social representations of hero and everyday hero: A network study from representative samples. *PLoS*. 2016; 11 (8).
 34. Kinsella E.L., English A., McMahon J. Zeroing in on heroes: Adolescents’ perceptions of hero features and functions. *Heroism Science*. 2020; 5 (2).
 35. Klisanin D. Collaborative heroism: Exploring the impact of social media initiatives. *Media Psychology Review*. 2015; 9 (2).

36. Kohen A., Langdon M., Riches B.R. The making of a hero: Cultivating empathy, altruism, and heroic imagination. *Journal of Humanistic Psychology*. 2019; 59 (4).
37. Trivers R.L. The evolution of reciprocal altruism. *Quarterly Review of Biology*. 1971; 46.
38. Zimbardo P.G. *The Lucifer Effect: Understanding How Good People Turn Evil*. New York; 2007.

DOI: 10.22363/2313-2272-2023-23-3-525-545

EDN: VGUYNS

Russians' ideas of heroes and heroism: Stable and changing components (based on the public opinion polls)*

I.V. Trotsuk^{1,2,3}, M.V. Subbotina¹

¹RUDN University

Miklukho-Maklaya St., 6, Moscow, 117198, Russia

²Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,

Vernadskogo Prosp., 84, Moscow, 119571, Russia

³National Research University Higher School of Economics,

Myasnitskaya St., 20, Moscow, 101000, Russia

(e-mail: irina.trotsuk@yandex.ru; mariya.subbotina.1995@mail.ru)

Abstract. Despite an extensive list of the well-described aspects of heroism, this phenomenon is still understudied in sociology. Most of the projects and publications focus on identifying ‘heroes’ in public opinion or media discourse rather than on explaining why communities/societies ‘appoint’ some people heroes, and what is the conventional meaning of the word ‘hero’. Society has always paid close attention to the so-called ‘outstanding personalities’: there are official and folk heroes in all cultures, and they have always served as a kind of reference group for decision-making and self-identification. Moreover, specific types of heroes serve as one of the cultural system’s means for (self) representation: the most typical hero is often directly related to the society’s ethical complex. The authors systematize the sociologically relevant interpretations of the words ‘hero’ and ‘heroism’ together with the typologies of heroic behavior and identify the contemporary trends in the empirical study of heroism, which are certainly sociological surveys. The second part of the article presents the results of the all-Russian online survey representing four age groups: 14–19-year-olds, 20–29, 30–49 and 50–69 (N=800, 200 respondents per each age group). The survey aimed at identifying and comparing the ideas of different Russian generations about heroes and heroism. Two surveys were conducted — in 2020 and 2022, and the authors focus on the changes in the social representations of the heroic. In general, the older generation names the hero-rescuer and the hero-warrior as the main heroic types, while the younger generation prefers the hero-rescuer and the hero-good-doer. In 2022, respondents were less willing to answer questions about heroes and heroism, especially about manifestations of military heroism, but key social representations of the heroic did not change.

Key words: hero; heroism; types of heroic behavior; types of heroes; social representations; online survey; generational dimension; Russian society; comparative analysis

*© I.V. Trotsuk, M.V. Subbotina, 2023

The article was submitted on 21.02.2023. The article was accepted on 15.05.2023.